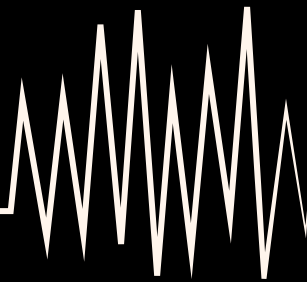


BANDAKADEMIET 

Talentudvikling, der virker!

- En rapport om Bandakademiets talent- og karriereudvikling



Kolofon

Hovedforfattere

Marianne Fruergaard (Bandakademiet)
og Johannes Dybkjær Andersson (Bandakademiet m.m.)

Redaktion

Caroline Ravn Andersen (Bachelor fra Music Management RMC, Junobird)
og Marianne Fruergaard (Bandakademiet)

Projektansvarlige

Bandakademiet

Layout og grafik

Mai Staunsager

Korrektur

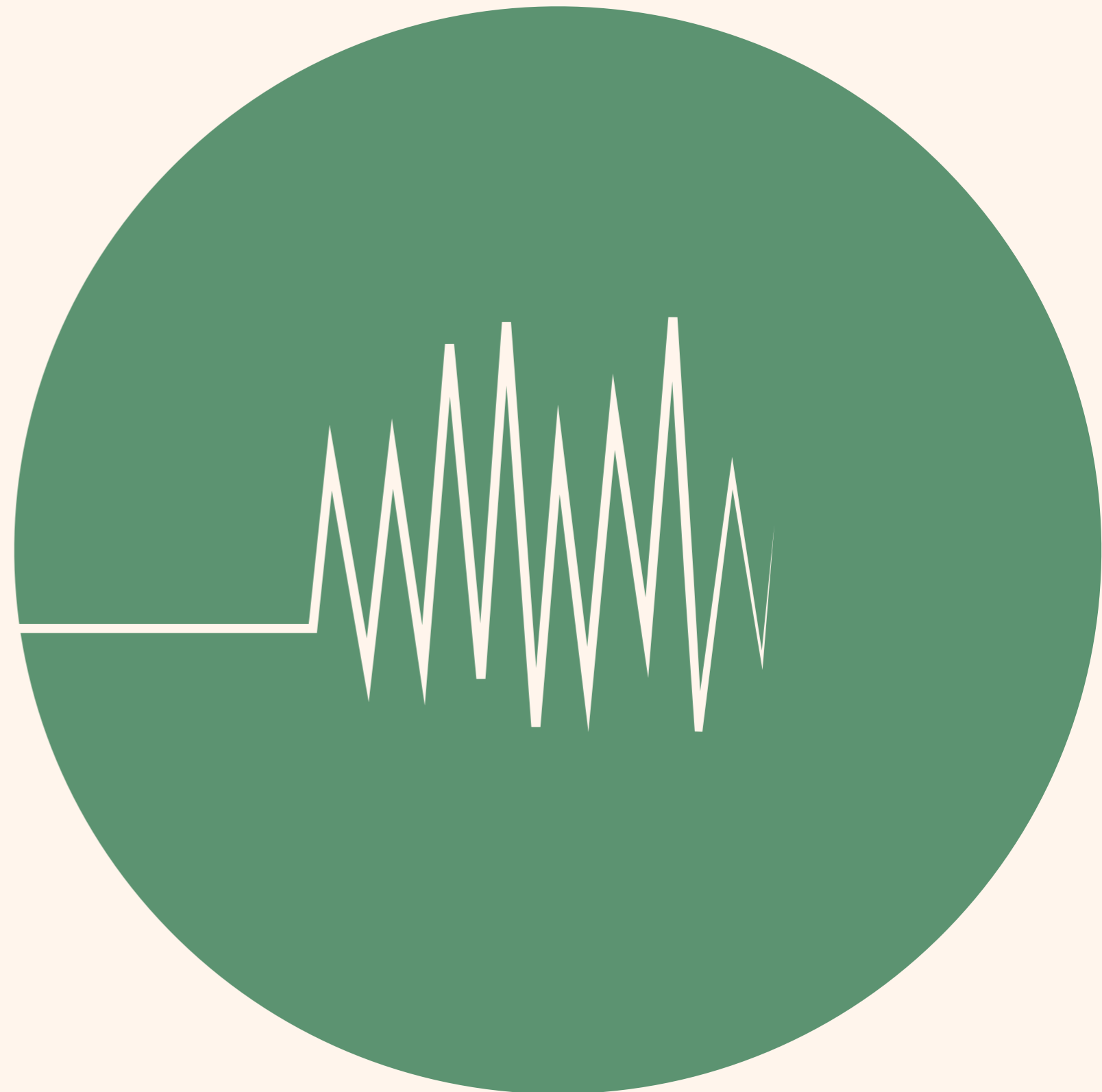
Tone Grube Jørgensen, Læselampen

Særlig tak til

Bandakademiet takker de kunstnere og musikbranchefolk, der har lagt ryg til rapporten. Uden jer, ingen rapport.

Bandakademiet takker sit advisory board for input og sparring og Roskilde Kommune for tilskud og arbejdstimer.

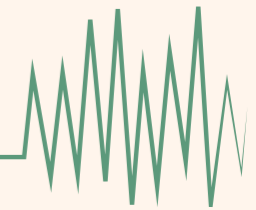
Bandakademiet takker Statens Kunstfonds pulje: Informations-, dokumentations- og publikationsvirksomhed for tilskud



Talentudvikling, der virker!

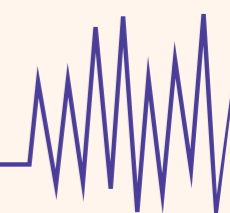
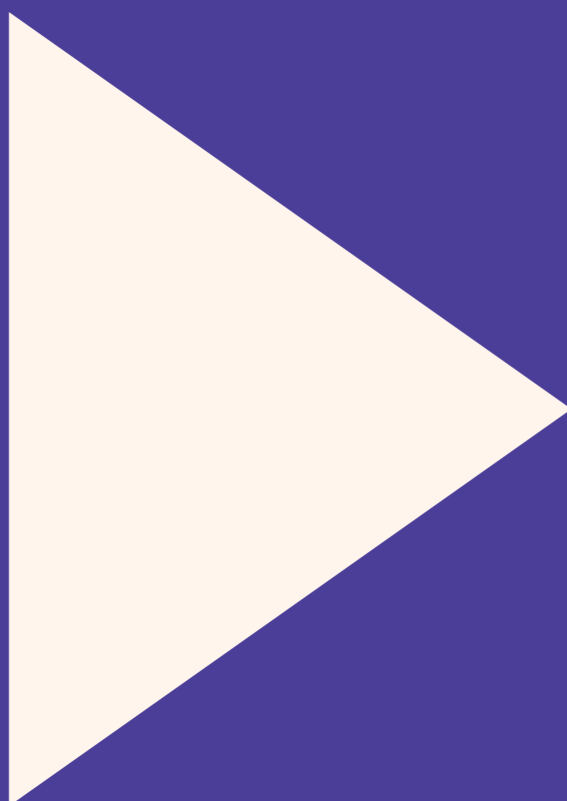
Indholdsfortegnelse

Forord	s.2
Om rapporten	s.6
Formål	7
Fremgangsmåde	7
Rapportens tilblivelse	
Datagrundlag	
Om forfatterne	
Hvad har vi gjort	9
Udarbejdelsen af rapporten	
Oversigt over kvalitative interviews	
Om Bandakademiet	s.12
Fordi ingen andre gør det	13
Baggrund og historik	16
Økonomi, organisation og samarbejdspartnere	17
Bandakademiets relevans og position	s.18
Bandakademiets relevans og behovet for talentudvikling	19
Hvad siger artisterne?	
Hvad siger branchen og vores samarbejdspartnere?	
Om Bandakademiets position i den danske musikbranche	23
Medspiller og modspiller til musikbranchens talentudviklingsarbejde	
Rollen som medspiller og modspiller set fra kunstneres side	
Talentudvikling vs. uddannelse	
Svagheder/Forbehold	27
Bandakademiets øvrige engagementer	
Potentielle bias i vurderingerne	
Bandakademiets metode	s.28
Ready - Aim - Fire	29
Når der skydes, før der sigtes	31
Bandakademiets forløb - Tretrinsraketten	32



Talentudvikling i musikbranchen i dag	s.34
Vigtigere end nogensinde før	35
Vigtige opmærksomhedspunkter og branchedynamikker	35
Sammensmeltning af musikbranchens virksomheder og funktioner	
Streamingtjenesternes betydning	
Mediebilledet	
Det farlige fluepapir	
Følelsen af tidspres	
Artistens økonomiske position i fødekæden	
Egeninteresser og uvidenhed	
Diversitet	
Værdifulde greb at holde fast i	41
Sæt farten ned	
Afstem forventninger	
Husk uvildig og professionel rådgivning	
Pas på det mentale helbred	
Afslutning	s.44
Cases	s.48
Patina	49
Katinka	59
The Minds of 99	65
Bilag	s.72
Bandakademiets kronologi	73
Økonomi og organisation	85
Evaluerings af Bandakademiets forløb og aktiviteter	89
Eksempel på forløb i KarriereKanonen 2017	99

Forord



”Bandakademiets måde at arbejde med talentudvikling på, er i vores optik, unik efter danske forhold og uomgængelig, hvis Danmark ønsker at satse på en musikbranche, der skal kunne konkurrere og vokse både nationalt og internationalt - kunstnerisk såvel som økonomisk.”

– The Minds of 99, vinder af KarriereKanonen 2013.

Talent og talentudvikling er et af tidens buzzwords. Der er mange, der taler om talent, om behovet for talentudvikling, og der er flere steder i Danmark, 'talentet' kan gå hen for at udvikle sig – også inden for musikkens verden. Der findes til gengæld ikke så meget tilgængelig viden om, hvad der virker, når det handler om talent- og karriereudvikling uden for de formelle undervisningsinstitutioner og skoler – og inden for **populærmusikkens genrer i spændfeltet mellem talentet og den professionelle musikbranche.**

Bandakademiet i Roskilde har været pioner inden for talent- og karriereudvikling uden for de formelle talentudviklingsinstitutioner og uddannelser i Danmark, og vores tilgang har igennem årene inspireret og dannet grobund for en lang række af de talentudviklingsprojekter, der siden har set dagens lys.

Vi har i mange år hjulpet flere danske kunstnere ind i den professionelle musikbranche. Vi har skabt de største resultater for vores kunstnere, når vi har fungeret som 'the missing link' mellem talentet og den etablerede, kommercielle musikbranche.

Bandakademiet har overlevet længe i en flygtig kulturbranche, fordi vi har været dygtige til at tilpasse os udviklingen, fordi tilbuddet er relevant, og fordi vi ikke mindst har gjort en markant forskel for mange af de mange af kunstnere, vi har arbejdet med i vores forløb. Således har Bandakademiet givet en lang række signifikante danske kunstnere som f.eks. The Minds of 99, Djämes Braun, Ravi Kuma, Benjamin Hav/Benal, Vild \$mith, A Friend in London, Patina, Katinka, PIL, DILISTONE og Ussel en solid og succesfuld opstart af karrieren.

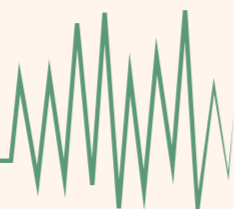
Nu mener vi, det er tid til at dokumentere og formidle nogle af Bandakademiets mange erfaringer, resultater og metoder til det danske musikliv i almindelighed og til talenterne, dem, der arbejder med talenterne eller er interesserede i talent- og karriereudvikling i særdeleshed. God læselyst.

Af hjertet tak

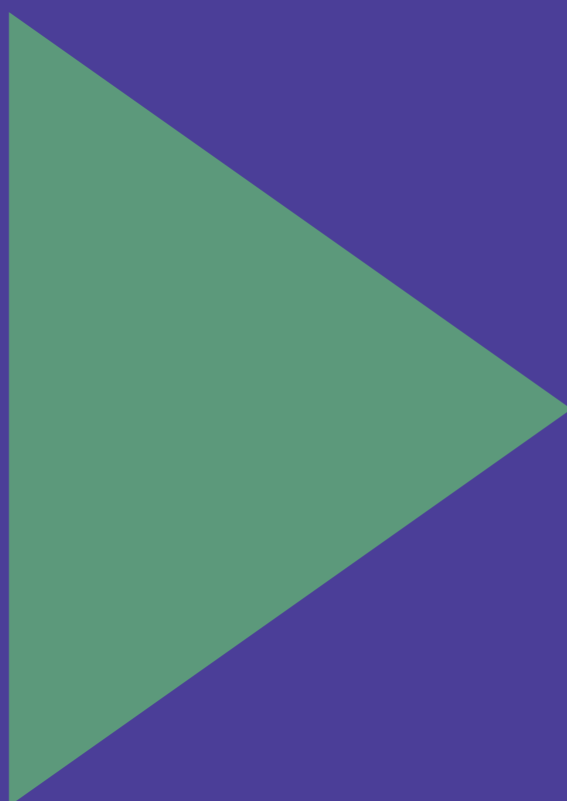
Bandakademiet vil gerne sige tak til de mange dedikerede kunstnere og musikere, som vi har arbejdet (sammen) med igennem årene og til de mange dygtige organisationer, virksomheder, bidragsydere og professionelle coaches og rådgivere i musikbranchen, som har været en del af rejsen sammen med os siden 2005. Ingen nævnt. Ingen glemt.

En særlig tak til de kunstnere og musikbranchefolk, der lægger ryg til rapporten her. Uden jer, ingen rapport. Også tak til Bandakademiets advisory board for input og spark – og til alle jer andre, der har bidraget uvurderligt til rapporten.

En speciel tak til Roskilde Kommune for at tro på ideen Bandakademiet tilbage i 2005 og for at blive ved med at støtte initiativet som en del af Alle Tiders Musikby, selvom det måske ikke er den mest indlysende kommunale opgave at være med til at talent- og karriereudvikle de dygtigste upcoming kunstnere i hele Danmark. Det er visionært!



Om rapporten



Formål

”Bandakademiet var dem vi vidste mindst om, men dem, der har gjort mest for os.”

Sådan udtaler en kunstner sig efter at have vundet KarriereKanonen og været en del af et længere forløb i Bandakademiet. Men hvad har Bandakademiet gjort, og hvordan har det skabt værdi? Det vil vi prøve at besvare i denne rapport ved at synliggøre mere af vores talentudviklingsarbejde, der ofte foregår i 'kulissen', og som, for de flestes vedkommende, er usynligt eller i hvert fald svært at få begreb om. En ofte skjult indsats, som efter Bandakademiets vurdering gør en stor forskel for mange kunstnere. **Ønsket er at synliggøre arbejdet 'bag scenen' for at flere kan få glæde af det. Og ønsket er at dokumentere, systematisere og formidle, så denne viden og erfaring ikke risikerer at gå tabt eller forblive hos relativt få involverede.**

Målet med rapporten er at omsætte den praktiske erfaring med målrettet talent- og karriereudvikling af unge, skabende og udøvende kunstnere inden for populærmusikken gennem de sidste 15 år til brugbar viden, modeller, metode og vejledning til andre, der vil bedrive talentudvikling, der virker, eller som interesserer sig for området. Målet er at dokumentere og formidle resultater, akkumuleret empiri, 'best practices' og cases og med andre ord forsøge at formulere 'opskriften' på Bandakademiets tilgang til talent- og karriereudvikling. Samtidigt er det et mål at dokumentere og beskrive den værdifulde læring af fejl, udfordringer og opmærksomhedspunkter ift. Arbejdet med talenter på den øverste del af talentstigen – talenter, der har brug for den sidste hjælp ind i den professionelle musikbranche.

Det er ydermere Bandakademiets mål at læring fra rapporten vil give flere kunstnere inspiration til at tage rejsen fra talent til karriere på samme måde, som en lang række kunstnere har oplevet det i Bandakademiets forløb.

Fremgangsmåde

Rapportens tilblivelse

Rapporten er udarbejdet af Bandakademiet selv. Valget om selv at stå for rapporten er truffet, da et stort fokus ligger på at dokumentere og formidle den etablerede praksis og tilegnede empiri hos de bærende og udviklende kræfter i Bandakademiet. På denne måde skal rapporten læses som en afsenderforfattet formidling og ikke en ekstern analyse og evaluering. Det skaber en fordelagtig nærhed og kendskab til stoffet, samtidig med der naturligvis vil være en uundgåelig bias, vinkling og vægtning ift. valg af kilder, citater, cases osv.

Rapporten er finansieret af Bandakademiet med tilskud fra Statens Kunstfonds pulje: Informations-, dokumentations- og publikationsvirksomhed.

Datagrundlag

Til rapporten er der i 2021 og 2022 foretaget 16 dybdegående, kvalitative interviews. De 16 interviews er med kunstnere, som har været i forløb hos eller modtaget rådgivning fra Bandakademiet, samt med en række af kunstnernes tilknyttede samarbejdspartnere og flere af Bandakademiets faste rådgivere og samarbejdspartnere, som har et vist indblik i Bandakademiets arbejde.

Rapporten bruger desuden data fra en kvantitativ, anonym undersøgelse fra 2022 blandt godt 250 'acts' fra Bandakademiets tilbud i perioden 2006-2020 samt data fra overvejende anonyme evalueringer med kunstnere, som har deltaget i vores indsatser og forløb igennem årene: KarriereKanonen, Optakt, Music Maker Camps, eller fra kunstnere, som har modtaget individuel rådgivning fra Bandakademiet gennem de sidste 15 år. Der er desuden gennemgået en lang række nedskrevne strategier, planer, referater fra visionsøvelser m.m. med deltagende kunstnere, hvilket i en vis udstrækning også anvendes i case-beskrivelserne. Desuden gøres der brug af citater og statements fra kunstnere, givet ved tidligere lejligheder – clearet til brug i denne sammenhæng.

Om forfatterne

Bandakademiets leder og grundlægger, **Marianne Fruergaard**. Hun er ansvarlig for udvikling og tilrettelæggelse af talentudviklingsforløbet i KarriereKanonen og repræsenterer Bandakademiet i KarriereKanonens jury. Marianne står desuden bag udvikling af koncepter som Music Maker Camps, UrbanGrrls og et nyt talentforløb for kvinder – GOTCH. Sidstnævnte står på ryggen af en rapport fra Bandakademiet og DR, som blev offentliggjort i 2022. Rapporten, 'Kvinderne i Musikken', afdækker nogle af årsagerne til den markante kønsbalance i den danske musikbranche og danner afsæt for et nyt forløb med kvinder og non-binære som målgruppe. Hun er desuden en af grundlæggerne af Danish Songwriting Academy, som er en ny eliteuddannelse i sangskrivning og produktion.

Bandakademiets mangeårige konsulent og rådgiver **Johannes Dybkjær Andersson**, som har været primær rådgiver og mentor for hovedparten af Bandakademiets kunstnere i bl.a. KarriereKanonen. Han repræsenterer Bandakademiet i KarriereKanonens jury, og han er en del af udviklingen og tilrettelæggelsen af talentudviklings- og karriererådgivningsforløbene 'Ready – Aim – Fire.' I forbindelse med KarriereKanonen. Johannes har bred baggrund i musikbranchen og som direktør i Volume, der bl.a. stod bag udviklingen af Tuborg Musikhjælp og en lang række kreative partnerskaber i musik, og har netop fungeret som kreativ udviklingsleder for den strategiske retning for DR-P3 Musik. Han bliver som kreativ konsulent brugt i mange udviklingsforløb, workshops og som foredragsholder og fungerer som uafhængig rådgiver for flere, etablerede danske kunstnere. Johannes er tilknyttet som underviser på RMC, coach hos Autor og medlem af Hun Solos advisory board.

Som ekstern redaktør har vi **Caroline Ravn Andersen**, der i løbet af sin bachelor i Music Management på RMC har udarbejdet to brancheundersøgelser om hhv. Artist Management og Musikeksport i Danmark. Nu arbejder Caroline i det lille musikselskab Junobird, hvor hun i samarbejde med Birk Storm driver management for artisterne Nicklas Sahl, PRISMA og Laura Ziani.

Hvad har vi gjort?

Udarbejdelsen af rapporten:

- Vi har gennemlæst evalueringer fra kunstnere, som har været i forløb eller modtaget rådgivning i Bandakademiet igennem de seneste 15 år, og trukket læring, mønstre og citater derfra. Evalueringer, der er medtaget, omfatter årene 2008-2020 og er bl.a. fra projekterne KarriereKanonen, Music Maker og OPTAKT. Der er både medtaget evalueringer via anonyme spørgeskemaundersøgelser i SurveyMonkey og individuelle evalueringssamtaler med kunstnere fra KarriereKanonen samt med kunstnere fra individuelle rådgivningsforløb uden for KarriereKanonen.
- Vi har foretaget en ny kvantitativ undersøgelse blandt kunstnere, der har deltaget i Bandakademiets tilbud fra 2007 til 2020 via en anonym spørgeskemaundersøgelse, og trukket læring, mønstre og citater derfra.
- Vi har foretaget en ny kvalitativ undersøgelse via 16 dybdegående interviews med kunstnere, som har været en del af Bandakademiets forløb, deres samarbejdspartnere, aftagere og vigtige musikinteressenter og trukket læring, mønstre og citater derfra.
- Vi har læst og gennemgået oplæg, statusdokumenter, referater fra visionsøvelser, præsentationer og eksterne artikler og dokumenter fra og om Bandakademiet fra 2005 til 2022.
- Vi har udarbejdet beskrivelser af Bandakademiets metoder, forløb m.m.: På baggrund af intern viden og erfaring er forløb og metode omdannet til modeller og vejledning til andre.
- Vi har analyseret og beskrevet mønstre og opmærksomhedspunkter på baggrund af ovenstående.
- Vi har i arbejdet med rapporten bl.a. etableret en referencegruppe/advisory board. Gruppen består af:

- **Mads Kjærgaard**, direktør, Gateway
- **Sarah Sølvsteen**, director og agent, Luger, initiativtager til Shecanplay
- **Anne Sofie**, Jeremiassen, country manager Ingrooves
- **Conny Jørgensen**, leder ROSA
- **Henrik Sveidahl**, rektor RMC
- **Astrid Storm Thorsen**, Spotify, tidl. Universal Music Denmark
- **Mikael Pass**, musikbysupervisor, Roskilde Kommune
- **Signe Muusmann**, leder af Talenthødet, DR
- **Anna Lidell**, forperson, AUTOR
- **Katrine Ravn**, artist manager, The Bank
- **Mads Skov Hansen, Søren Bastrup Bojsen, Gregers Møller Jensen** fra bandet Patina

Oversigt over kvalitative interviews

Kunstnere:

- **Jesper 'Livid' Helles**, vinder af KarriereKanonen med Kaliber i 2012. I dag manager og producer for Tessa
- **Katinka Bjerregaard**, vinder af KarriereKanonen med Katinka i 2015, sanger og sangskriver
- **Patina** (Mads, Gregers, Søren), vinder af KarriereKanonen i 2019
- **Ravi Kuma** (Sharon Kumaraswamy og Aske Knudsen), vinder af KarriereKanonen i 2018
- **Pil Jeppesen**, vinder af KarriereKanonen 2021.

Branchepersoner:

- **Sofie Høj**, bookingagent i The Artist, booker for Ravi Kuma m.fl.
- **Anders Büchert**, medstifter af Velour, tidl. CEO, ACB Music, booking agent for Patina, August Høyen, Lucky Lo m.fl.
- **Jesper Kemp**, direktør og stifter af Bullet Booking, bookingagent for Katinka i 2015.
- **Sarah Sølvsteen**, director og agent, LUGER, for The Minds of 99, Mø m.fl.
- **Jakob Sørensen**, medstifter og adm. direktør i musikselskabet The Bank, manager for Peter Sommer, Stine Bramsen m.fl.
- **Morten Vilhelm**, partner og creative director i disco:wax, No3 og One Seven, arbejdet med The Minds of 99, Pil, Patina
- **Søren Juncker**, A&R i No3, pladeselskab for The Minds of 99, Pil, Patina
- **Ole Nørup**, medstifter og manager i musikselskabet The Bank, manager for The Minds of 99, Saveus m.fl. Managementrådgiver for The Minds of 99 i Bandakademiet i 2013.

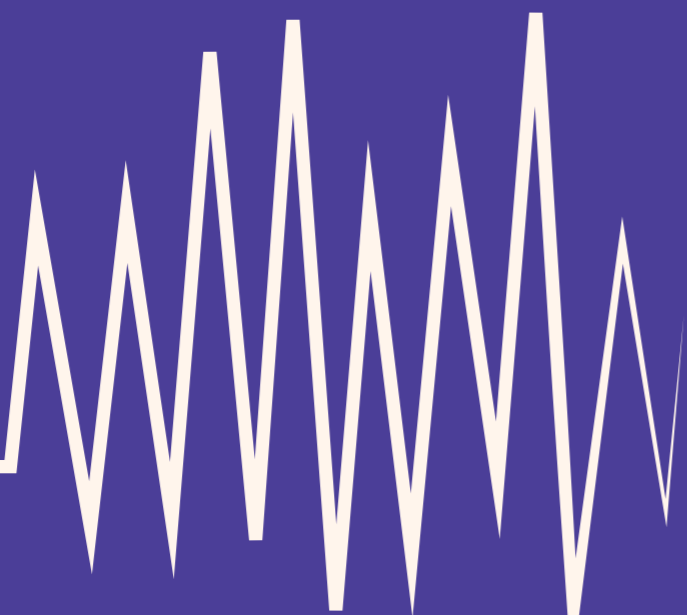
Mentorer/rådgivere/andre samarbejdspartnere:

- **Mathias Buch Jensen**, DR, musikansvarlig på P3, jury medlem i KarriereKanonen
- **Danni Travn**, Politikens Forlag m.m., Bandakademiets rådgiver ift. kommunikation og pressetræning med deltagerne
- **Kristian Koch**, Presentations Skills, Bandakademiets coach ift. performance coaching med deltagerne.



RAVI KUMA, foto: Sophus Wolf

Om Bandakademiet



Fordi ingen andre gør det

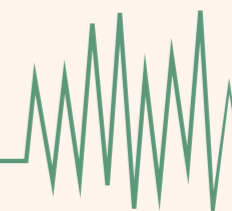
Bandakademiet handler i dag overvejende om talent- og karriereudvikling af kunstnere fra det øverste trin af vækstlagets talentstige og inden for de populærmusikalske genrer. Vi siger ofte, at vi arbejder med 'eliten inden for talenterne'. Se en beskrivelse af Bandakademiets målgruppe og definition af talentstige/fødekæde på [figur 1](#) og [2](#).

Bandakademiets hovedfokus og vision er at hjælpe sine deltagere med at etablere økonomisk og kunstnerisk bæredygtige karrierer.

Bandakademiets tilbud og forløb består både af inspiration, rådgivning og mentorhjælp, og går desuden helt ind i talenternes kunstneriske og mentale maskinrum og hjælper dem med konkret og praktisk at arbejde endnu dybere med såvel musikken og sangskrivningen som live-optræden.

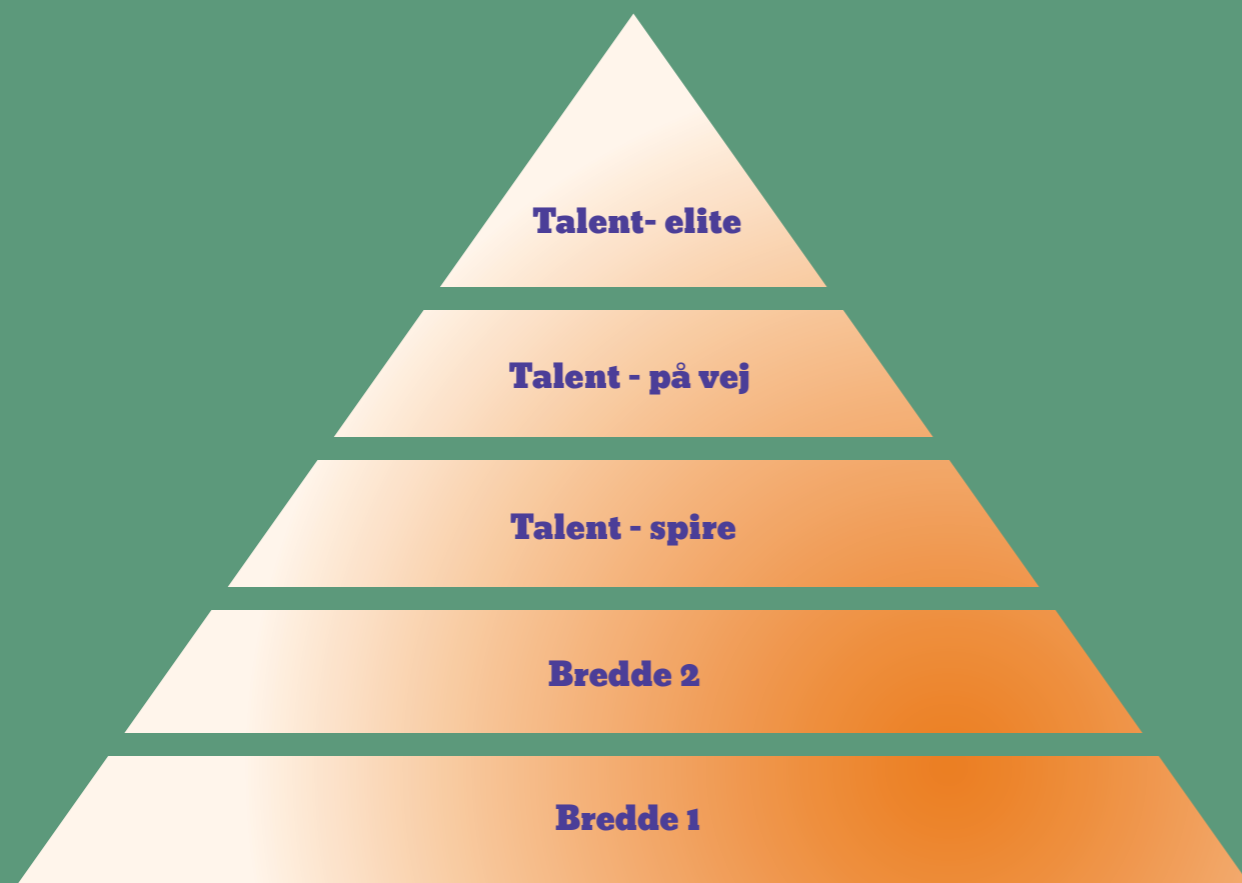
Bandakademiets ideelle forløb består af en 360-gradersindsats, som fokuserer både på det kunstneriske (hvordan det lyder) og det forretningsmæssige (hvordan man tjener penge) samt på, det mentale (hvordan man passer bedst på sig selv undervejs). Dermed kan en central del af Bandakademiets arbejde sammenlignes med iværksætterforløb og opstartshjælp, hvor Bandakademiet har rollen som 'business angels' med den forskel, at akademiet ikke på noget tidspunkt i forløbet har økonomiske eller kommercielle interesser i kunstnerne.

"Bandakademiet og dets rådgivning og talentudvikling har en kæmpe eksistensberettigelse, det skulle der være meget mere af. Fordi det er baseret på den enkelte artist, det er skræddersyet til den enkelte, er det en kæmpe ressource. Du kan som artist trygt lægge nogle af de her store spørgsmål i hænderne på Bandakademiets uafhængige mentorer og rådgivere og forvente at kunne få et ærligt og velfunderet svar, som ikke handler om Bandakademiets egne økonomiske eller kunstneriske interesser, men som handler om, hvad jeg som artist kan få ud af det." - PIL, vinder KarriereKanonen 2020.



Figur 1

Talentstigen



Talent - elite: Nationale tiltag, som tiltrækker talenter fra hele Danmark, og som sigter mod at hjælpe talenterne direkte ind i en kommerciel og kunstnerisk karriere. F.eks. Karriere-Kanonen, Danish Songwriting Academy. Det er også her, musikkonservatoriernes sangskrivnings-, produktions- og artist-linjer befinder sig.

Talent - på vej: Ofte lokale eller regionale tiltag herunder musikmiljøer, konservatorieforbereende kurser (MGK), talentprogrammer eller live-konkurrencer. F.eks. UrbanGrrls, Popkorn Nordic, MudMusic Fyn, Korma, Nordjylland, Play Collective Frederikshavn m.fl.

Talent - spire: Talentlinjer på musikskoler, talentklasser på folkeskoler, talentakademier, lokale talentkonkurrencer.

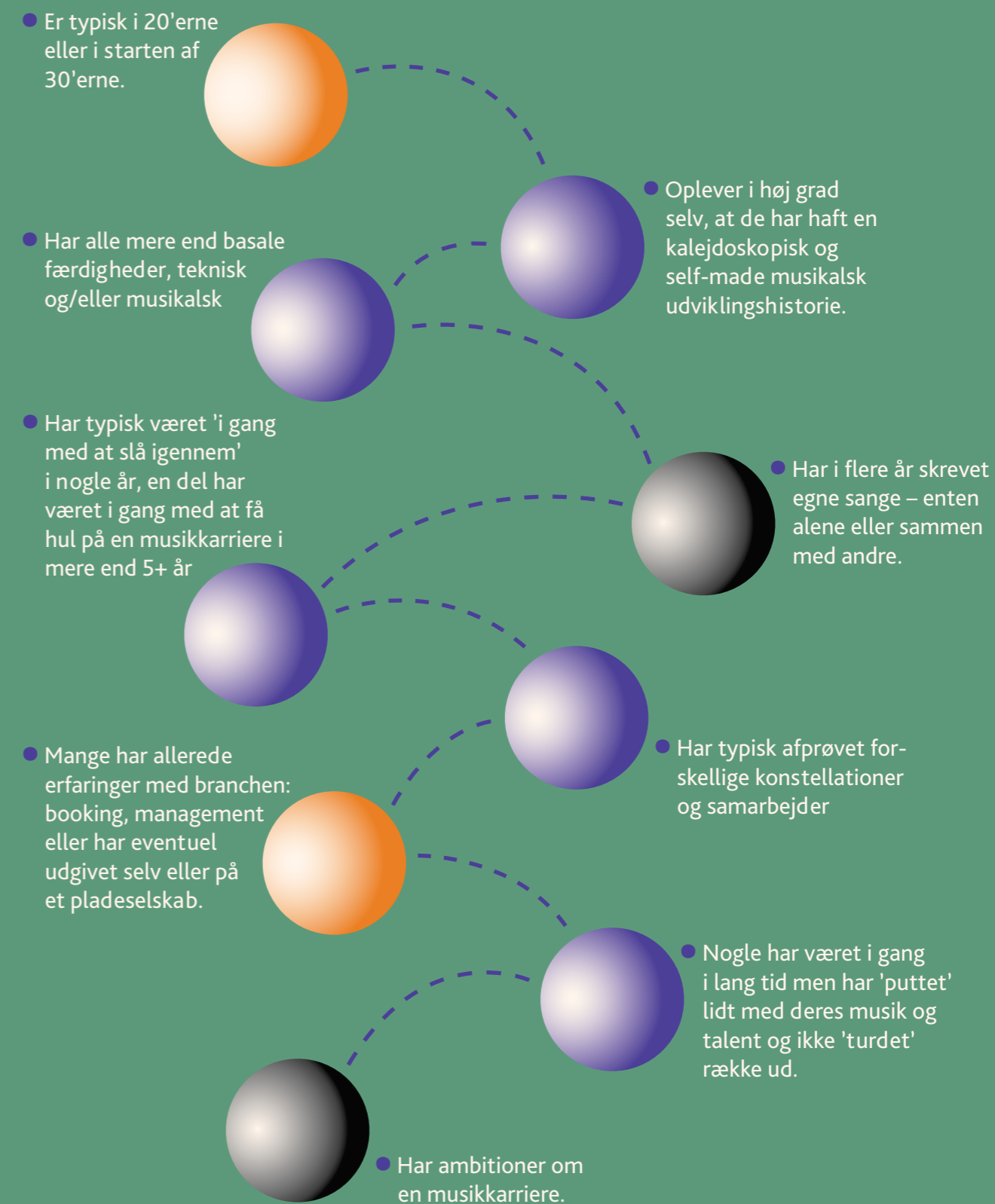
Bredde 2: Musikskole, Musikstarter, Poppilot, Jazzcamp for piger etc. Det skal være sjovt og en leg, men der er fokus på læring. Ingen selektion efter niveau og talent. Alle kan være med, hvis man er interesseret i musik og i at mødes med andre, men man skal selv række ud og melde sig til.

Bredde 1: Skole, SFO, klub, børnehave, musikskole (forældre melder til). Kodeord: Det skal være sjovt og en leg. Børnene skal inspireres, og deres kreativitet skal stimuleres. Ingen inddeling efter niveau eller udviklingstrin.

Figur 2

Bandakademiets målgruppe

- det øverste trin på talentstigen



Baggrund og historik

Bandakademiet i Roskilde har eksisteret siden 2005, hvor det blev født ud af Roskilde Kommunes officielle musikbystrategi. Akademiet var nogle af de første i Danmark, der tilbød skræddersyede talentforløb med kreativ coaching og karriererådgivning for bands uden for de formelle fødekæde- og undervisningsinstitutioner. Bandakademiet har igennem tiden været i kontakt med mere end 500 bands, solister, sangskrivere, producere og musikalske iværksættere fra den rytmiske musikmuld igennem forskellige projekter og tiltag – og har givet en lang række danske kunstnere som f.eks. The Minds of 99, Djames Braun, Ravi Kuma, Benjamin Hav/Benal, Vild \$mith, A Friend in London, Patina, Katinka og k-phax en solid og succesfuld opstart af karrieren.¹

Bandakademiet har været fast partner i talentprojektet KarriereKanonen med DR siden 2009, et samarbejde, som har været medvirkende til talentprojektets udvikling og succes. I dag er Bandakademiet for mange synonymt med KarriereKanonen, som fortsat er Danmarks mest ambitiøse og kendte talentprojekt. I 2022 er KarriereKanonen indtil videre den eneste vej ind Bandakademiets forløb. Men i løbet af årene har Bandakademiet stået bag eller været samarbejdspartner i en lang række andre signifikante talentudviklingstiltag og pilotprojekter i Danmark, som har testet forskellige målgrupper og områder af talentudvikling. F.eks. UrbanGrrls – et talentprojekt for kvinder inden for urbanmusikkens genrer,² Music2Business 2011-2015 – iværksætterforløb for musikere³ og Music Maker 2014-2020 sangskrivningscamps for talentfulde sangskrivere og kunstnere.⁴ Desuden har Bandakademiets leder med udgangspunkt i erfaringerne fra Bandakademiets talentarbejde været blandt stifterne af Danish Songwriting Academy, Danmarks første eliteuddannelse i kommerciel sangskrivning og produktion.⁵

Bandakademiet har ikke kun arbejdet med målgruppen, der befinder sig på øverste trin af talentstigen og med hele Danmark som målgruppe. Siden 2008 har akademiet været involveret i og testet sine metoder og erfaring af i en lang række regionale og lokale aktiviteter og projekter, hvor målgruppen overvejende har været unge bands og kunstnere i det, man kunne betegne som det spirende vækstlag. Det har resulteret i et utal af lokale og regionale samarbejdsprojekter,⁶ i egne workshops, clinics og foredrag, ligesom erfaringerne fra Bandakademiets talentudviklingsforløb i KarriereKanonen blev omsat i et åbent forløb – OPTAKT.

1. Læs mere i bilag 1 i rapporten – Bandakademiets kronologi og udviklingshistorie.

2. UrbanGrrls var et samarbejde med kulturaftalen Kulturmetropol.

3. Music2Business var et samarbejde med Volcano Management, Manto, som sammen med Bandakademiet udviklede projektet. Andre samarbejdspartnere igennem årene var spillestederne Stars og Gimle, Musikzonen, Koda og Københavns Kommune. Projektet blev fra 2016 videreført af Volcano og lever den dag i dag under navnet ROYALTIES.

4. I 2014-2016 stod Bandakademiet alene bag de første tre camps, hvor fokusdeltagerne arbejdede med deres egne projekter. Fra 2017 til 2020 udviklede Bandakademiet et nyt camp-koncept med fokus på sangskrivere og producere, der skrev sammen på kryds og tværs. Konceptet blev udviklet og gennemført i regi af Kulturaftalen Kulturmetropol, og i 2020 var Danish Songwriting Academy en del af samarbejdskredsen.

5. Danish Songwriting Academy i Roskilde åbnede dørene for de første studerende i 2021. Bandakademiets leder var i sin egenskab af projektchef for Kulturmetropolens musikindsats med til at udvikle og fundraise til skolens etablering sammen med en lille håndfuld andre personer, virksomheder og institutioner fra den danske musikbranche.

6. Læs mere i bilag 1 i rapporten – Bandakademiets kronologi og udviklingshistorie.

Økonomi, organisation og samarbejdspartnere

Bandakademiet opfattes af mange som en etableret institution i den danske musikbranche, selvom akademiet stadig er et pilotprojekt og en lille fleksibel organisation uden mursten, egne faciliteter og fastansatte medarbejdere. Bandakademiet modtager et fast, årligt tilskud fra Roskilde Kommune. Derudover fundraiser akademiet løbende til sine forskellige projekter.

Bandakademiets leder, Marianne Fruergaard, som har været med fra starten, er eneste fastansatte medarbejder (på deltid). Desuden har Johannes Dybkjær Andersson været tilknyttet som fast samarbejdspartner siden 2011. Han har således været en stor og vigtig del af udviklingen af Bandakademiets metode og praksis, som bliver beskrevet i rapporten.

Bandakademiet arbejder stadig uden for de formelle læringsmiljøer (musik- og kulturskoler, højskoler) og uden for de klassiske talentudviklings-institutioner (MGK, musikkonservatorierne, lokale og regionale talentskoler) og er uafhængigt af kommercielle og økonomiske interesser. Det har bl.a. kunnet lade sig gøre, fordi finansieringen af Bandakademiet siden 2005 overvejende er baseret på offentlige puljer og midler.

Bandakademiet har siden startet været forankret under Roskilde Kommune og er i dag en del af Roskilde Kommunes musikbystrategi, Alle Tiders Musikby. I 2022 har Bandakademiet etableret et advisory board, bestående af etablerede professionelle personer fra både organisations- og undervisningsverdenen samt fra den kommercielle del af den danske musikbranche. De skal bl.a. være med til at udvikle og bringe akademiet ind i fremtiden.⁷

Bandakademiet har et stort og vidtforbundet netværk i den danske musikbranche. Akademiet har eller har haft formelle og uformelle samarbejder med de fleste af musikbranchens toneangivende musikorganisationer og musikforeninger, ligesom de har uformelle samarbejder med store dele af den kommercielle musikbranche. Akademiet har desuden igennem årene udbygget et stærkt og aktivt netværk med utallige profiler og kapaciteter i den danske musikbranche inden for kommunikation, scenepreformance, revision, jura, sangskrivning og produktion, management, rådgivning og karriereudvikling – alle med erfaring inden for karriererådgivning og talentudvikling af unge kunstnere.

Bandakademiet arbejder non profit, og alle tilbud er gratis for de deltagende kunstnere.

7. Læs mere i bilag 2 – om Bandakademiets økonomi og organisation 2005-2023.



Bandakademiets relevans og position

I dette afsnit vender vi linsen mod Bandakademiet og omverdenens generelle vurdering og opfattelse af Bandakademiet og dets position og relevans som talentudviklingsorganisation.

Vi samler op på, hvordan nogle af de kunstnere, der har haft berøring med Bandakademiet, opfatter Bandakademiet og vurderer den generelle betydning, akademiet har haft for deres udvikling og karriere. Det omfatter også synspunkter fra en række musikbranche- og mediepersoner, som har berøring med de kunstnere, vi har arbejdet med. Fokus er på, hvad en organisation som Bandakademiet gør godt, og hvad den skal være opmærksom på og burde have fokus på fremover, samt hvilken eksistensberettigelse Bandakademiet har haft og har anno 2022 mv.

Opsamlingen bygger på feedback, vurderinger og evalueringer fra 2008 til 2021 samt på aktuelle interviews og en anonym survey fra 2022 lavet i forbindelse med rapporten. Evalueringerne stammer hovedsagelig fra forløbene i KarriereKanonen, men rummer også vurderinger fra andre projekter og indsatser.

Om Bandakademiets relevans og behovet for talentudvikling

Bandakademiet til Benjamin Hav (BENAL):

Tillykke med P3 Guld-prisen.

Benjamin Hav (BENAL) til Bandakademiet:

Det er i høj grad knyttet til det ultravigtige los i røven, vi fik af jer.

Hvad siger kunstnerne?

Hovedparten af de kunstnere, som Bandakademiet har arbejdet med, peger på, at Bandakademiets forløb generelt har haft en betydning for udviklingen af deres karriere og musikalske liv. Det er gennemgående synspunkter i de løbende evalueringer, Bandakademiet har haft i forbindelse med bl.a. forløbet i KarriereKanonen. Det bliver bakket op i 2022-undersøgelsen, hvor knap **86 pct. har svaret bekræftende på spørgsmålet om, hvorvidt Bandakademiet har haft betydning for udvikling af deres karriere og musikalske liv.** Og tillige med en vægtet vurdering af, i hvor høj grad det har betydet noget på næsten fire ud af fem mulige.⁸

⁸ Læs mere om, hvad Bandakademiets kunstnere har sagt i bilag 3.

I foråret 2022 sendte Bandakademiet et anonymt spørgeskema med en række spørgsmål om Bandakademiet ud til ca. 250 kunstnere:

Hvad mener du om Bandakademiet? Hovedparten af respondenterne har deltaget i Bandakademiets forløb i KarriereKanonen fra 2009 til 2021, forløb, som har set meget forskellig ud fra år til år. En stor del af respondenterne har deltaget i Music Maker. En stor håndfuld har deltaget i OPTAKT eller i individuelle forløb uden for KarriereKanonen. Nogle har deltaget i flere af Bandakademiets aktiviteter.

Undersøgelsen modtog 63 svar. Det er en umiddelbar opinionsundersøgelse, hvoraf der kan udledes nogle tendenser og retninger ift. opfattelsen af Bandakademiet.

Af de kunstnere, som Bandakademiet har arbejdet med i længere tid enten i Bandakademiets ideelle 360- gradersforløb i forbindelse med KarriereKanonen eller i individuelle forløb, beskriver hovedparten generelt forløbet i Bandakademiet som en bevidstheds- og klargørende proces ift. livet som skabende og udøvende kunstnere. En proces, der transformerer og bringer kunstnerne væsentlig tættere på et professionelt niveau både mentalt og konkret, kunstnerisk og forretningsmæssigt. Ravi Kuma, som var i forløb i forbindelse med KarriereKanonen 2018, beskriver det sådan her:

"Man kan sammenligne det med at sætte en sadel på en hest – at blive væsentligt bedre udrustet til det, vi skulle igennem. Omsadling af tankegang fra amatør til at tænke sit virke som professionel. Det kan godt lade sig gøre uden en sadel, men det føles bare så meget federe med en sadel."

– Ravi Kuma, vinder, KarriereKanonen 2018.

For sangskriveren og sangeren Pil har forløbet i Bandakademiet på samme måde gjort en forskel i netop fasen fra 'talent til professionel':

"Det har været et stort springbræt, fordi det (forløbet i Bandakademiet) har konkretiseret, hvad jeg skulle gøre for at komme videre fra der, hvor jeg stod, og det har givet mig meget konkrete værktøjer til at komme videre. Jeg ville have manglet rådgivning, ressourcer, ville famle mere i blinde. Ikke kunne tage lige så velbegrundede beslutninger. Jeg ville have manglet rigtig meget sparring."

– Pil, vinder af KarriereKanonen 2020.

Erfaringerne viser også, at for at det skal lykkes, skal kunstneren – hvad enten det er et band eller en solist – være mentalt klar på transformationen. En vigtig opgave for Bandakademiet er at møde kunstnerne, hvor de er, at fornemme, hvor kunstneren er i processen, og hvor de gerne vil hen. Nogle gange lykkes det desværre ikke helt. Et bandmedlem, som vandt KarriereKanonen, oplever på en og samme tid, at Bandakademiet og det forløb, han deltog i, har haft betydning for udviklingen af hans karriere og musikalske liv, og at Bandakademiet har relevans for udviklingen af unge kunstnere i dag – men at det samtidig kan være ødelæggende for en naturlig udviklingsproces, hvis ikke kunstneren er parat:

"Hvis bandet er klar til at tage et stort skridt, så er det jo helt perfekt at få så solid en gruppe bag sig – omvendt kan det også ødelægge den sunde proces, der skal

til for at udvikle et band. Jeg føler, jeg har fået en masse kontakter og en masse erfaring med på vejen – både på godt og ondt. Jeg følte dog ikke, at vi som band var hverken gearede eller blev gearede til opgaven. Jeg følte, at vi sprang nogle led over, som vi slet ikke var klar til at springe over, og det ødelagde desværre vores band (som var uenige om, hvor de skulle og ville hen – red.)"

– Bandmedlem i band, som vandt KarriereKanonen.

Jesper 'Livid' Helles i 2012 var en del af rapgruppen Kaliber, der vandt KarriereKanonen i 2012, og var derigennem en del af Bandakademiets forløb. Kalibers første single 'Vest For København' blev et kæmpe YouTube-fænomen, lang tid før bandet egentlig vidste så meget om, hvordan musikbranchen fungerede, og hvordan man navigerer i branchen som kunstner og som gruppe. Der gjorde forløbet i Bandakademiet en kæmpes forskel. Jesper 'Livid' Helles oplevelser tager udgangspunkt i den uoverensstemmelse, der kan være mellem hastigheden og presset i den kommercielle del af musikbranchen, og den usikkerhed og de manglende forudsætninger, man kan have som kunstner, for at navigere i branchen, selvom der er stor opmærksomhed omkring en som kunstner. Og han fortæller, hvordan indsigt og bevidstgørelse igennem forløbet i Bandakademiet var en hjælp, da han selv var ung, uerfaren kunstner:

"Bandakademiets arbejde gav os en smutvej på steroider til brancheviddom og indsigt, alt det, som kan tage mange år at lære i denne branche. Og det havde vi virkelig brug for. Vores musik og vores hype var langt foran vores egen viden om branchen og viden om, hvad vi var værd, og hvordan man navigerer, hvad folk gør. Der var et kæmpe mis-match der, så det var en kæmpe hjælp. Ellers havde det været virkelig svært at finde ud af. Vi troede bare, man skulle lave musik, og så kunne nogle andre tage sig af det andet. Jeg kan huske det der med at skrive planer på white boards, comitte sig til opgaver, opleve, at man kunne tage det lige så seriøst som et rigtigt arbejde og ikke bare opføre sig som forkælede superstjerner fra starten, fordi man ikke vidste bedre." – Jesper 'Livid' Helles.

En de sværeste balancegange, kunstnere bevæger sig i, er balancen mellem kunst og forretning – og det er er netop også denne vigtige øvelse, der skal lykkes, for at en kunstner finder en bæredygtig karrierevej. Det er noget af det, Bandakademiets forløb handler om. En af de kunstnere, som det virkelig er lykkedes for, er The Minds of 99. De fortæller om forløbet i Bandakademiet:

"Samarbejdet med Bandakademiet har været en ekstremt vigtig faktor i vores karriere. Når man som os fik kickstartet sin karriere og nærmest snublede direkte fra øvelokalet og ud i rampelyset, er man ofte meget blåøjet over for den branche, man træder ind i, og de mekanismer, der gælder deri. Bandakademiet har hjulpet os til at tilrettelægge vores arbejde meget mere strategisk og professionelt, end vi ville have været i stand til på egen hånd – både på det forretningsmæssige og det kunstneriske plan. Bandakademiet gav sparring og vejledning inden for mange af de områder, man som musiker ofte kan være modvillig over for at arbejde med, men som er ekstremt nødvendige, hvis man vil overleve i branchen, økonomisk såvel som kreativt. Det være sig alt fra økonomi, sceneoptræden, promotion, strategisk planlægning, mv." – The Minds of 99, vinder af KarriereKanonen 2013.

Hvad siger branchen og vores samarbejdspartnere?

Mathias Buch Jensen, som er musikansvarlig på DR P3, og som har stort kendskab til Bandakademiets arbejde gennem samarbejdet i KarriereKanonen, siger:

"Hvis jeg kigger i min egen indbakke, er der mange håbefulde kunstnere, der skyder sange afsted i god tro – men også i blinde. Der er generelt behov for rådgivning af kunstnerne ift., hvem de skriver sange til og hvilke kanaler, det passer ind i. Jeg kan jo godt se og høre, i positiv forstand, når nogle talenter kommer 'i klørne' på nogle som Bandakademiet, der kan finde ud af at rådgive både ift. hvordan man gør - eksempelvis sender sange ind til DR's kanaler, men også ift., hvordan sangene lyder, så de lyder bedst og kommer bedst til deres ret. Der er et behov for en grundforståelse og nogen, der kan trække sig lidt væk fra proces og hjerteblod for en stund og se, hvordan det vil fungere ind i et marked, pege i retning og give forforståelse. Nogen har en stor musikalsk pakke, men mangler alt det andet. Andre ved udmærket godt, hvordan man er på SoMe, men mangler måske den rigtige sang. Det er et fåtal, der bare selv 'har den' og kan drive det bredt uden nogen form for sparring." - Mathias Buch Jensen, musikansvarlig, DR P3.

Også Bandakademiets uvildighed bliver fremhævet som en styrke hos branchefolkene, som ikke oplever, at Bandakademiets parti hos artisterne er en udfordring for branchen – tværtimod:

"Bandakademiet er en vigtig uvildig organisation, som både hjælper artistsiden og branchesiden ved at være netop det. Det er helt klart, at de er artisternes loyale partner, men ved at være det hjælper Bandakademiet også en talentmasse til at være klar til, at sådan nogle som os – altså musikbranchen – kan arbejde med dem på et mere professionelt og forretningsmæssigt plan. Det er en stor hjælp til både branche og artister. Bandakademiet opfører sig meget uvildigt og er ikke imod branchen, bare fordi de arbejder for kunstnerne."

– Sarah Sølvsteen, director og agent, LUGER.

Flere repræsentanter fra musikbranchen oplever ligeledes en positiv forskel, når de møder kunstnere, som har været igennem et forløb hos Bandakademiet:

"Bandakademiet er en vigtig spiller, når det gælder klargøring og modning af dansk talentmasse. Det er min overbevisning, at Bandakademiet spiller en stor rolle for artister og bands, før de for alvor møder den professionelle del af branchen. Det er en stor hjælp for både artisten og de professionelle aktører, der skal løfte opgaven videre efterfølgende. I dag er det ikke nok at kunne synge og spille godt – du skal komme med mere; hvad har du med, hvem har du selv fået kontakt til, fans, hvad har du selv bygget op? Det ser svært at gøre alene. Derfor er der stor værdi i bl.a. Bandakademiet."

– Morten Vilhelm, partner og creative director, disco:wax/No.3/One Seven.

Om Bandakademiets position i den danske musikbranche

Det danske musikliv og musikbranche er et økosystem med mange forskellige instanser lige fra musikskoler til pladeselskaber. I dette afsnit zoomes der ind på Bandakademiets position i dansk musikliv. Både ift. til musikbranchen generelt, som uddannelses- og læringstilbud i talentudviklingens Danmark og ift. til de kunstnere, Bandakademiet arbejder med. Opfattelserne rummer både udsagn fra musikbranchens virksomheder og fra nogle af de kunstnere, Bandakademiet har arbejdet med.

Hovedparten af de kunstnere, Bandakademiet har arbejdet med i sine ideelle 360-gradersforløb og dem, akademiet løbende har rådgivet uden for forløbene, har næsten samstemmende peget på vigtigheden af og hyldet, at Bandakademiet er en uafhængig instans. En instans, som er uafhængig af økonomiske og kommercielle interesser i kunstneren, og som derfor bliver opfattet som en uafhængig rådgiver, der tager afsæt i kunstnerens ønsker og behov, og uden at 'investeringen' i kunstneren koster noget eller skal betales tilbage.⁹

Det betyder ikke, at der ikke foregår kompetent talentudvikling ude i branchen. De kommercielle interesser er i høj grad også med til at drive kunstnerprojekter frem mod et professionelt niveau, hvilket er det, de fleste kunstnere drømmer om. Men hastigheden i branchen og forventninger om resultater støder indimellem sammen med kunstnerens forventninger og udviklingsniveau- og behov. Her er Bandakademiets opgave at hjælpe kunstnerne, så de bliver i stand til at agere som professionelle samarbejdspartnere med og i deres brancherelation. Bandakademiet bliver den kommercielt uvildige aktør, som har tiden og stædigheden til at stille de kritiske spørgsmål om processerne undervejs.

Det er oftest talenter på vej ind i branchen og mod en professionel karriere, der har det største behov for værktøjer, for rådgivning og vejledning, og samtidig er det det tidspunkt i karrieren, hvor deres økonomiske råderum er mindst og forsigtigheden ift. at investere i en usikker fremtid som kunstner er størst. Mange kunstnere har igennem tiden kastet sig ind i samarbejder med kommercielle samarbejdspartnere på et meget tidligt tidspunkt i deres karriere, fordi der simpelthen stod nogen, der ville smide penge i kunstneren og/eller tilbød et forskud som fristede. I transformationen fra amatør til professionel har mange af de kunstnere, Bandakademiet arbejdet med, udtrykt behov for at få hjælp til at sætte en retning i karrieren:

"Når man som kunstner træder ind i musikbranchen, føles det som en jungle, og man bliver usikker. Der er faldgruber og måske kræfter, som udelukkende arbejder med fokus på økonomisk gevinst. For os, som kreative mennesker, kan disse påvirkninger hæmme vores kunstneriske virke. Alene tanken om det kan påvirke os. Bandakademiets viden og erfaring har været en kæmpe hjælp til at forstå konsekvenserne af de valg, vi har truffet. Man har som kunstner brug for hjælp til at holde kursen. En båd uden køl klarer sig kun i medvind. Bandakademiet har været en slags køl for os." – Amin Karami, vinder af KarriereKanonen 2013.

Det er ikke kun de talenter, som Bandakademiet arbejder med, der fremhæver uafhængighed af økonomiske og kommercielle interesser. Også aktører i den branche, de sendes ud i, og

9. I musikbranchen opererer man med et begreb, der kaldes recoupement. Det betyder, at musikselskabets investeringer i kunstnerne skal tilbagebetales, før kunstnerne får udbetalt sin del af det overskud, kunstneren genererer.

som Bandakademiet arbejder tæt på og med, kan se en styrke i, at talenterne på vej mod en professionel karriere får et uafhængigt udviklingsrum, der modner og afklarer deres kunstneriske ambitioner.

"Det er klart en fordel, at Bandakademiet ikke har nogen økonomisk gevinst i sigte ift. artisternes karriere. Det betyder, at de går ind i arbejdet med artistens udvikling som førsteprioritet og giver plads til, at den enkelte kan definere sin kunstneriske retning og ambition. De vejleder ift. branchen uafhængigt af økonomi og bliver dermed en partner, som artisten kan støtte sig trygt op af."

– Sarah Sølvsteen, director og agent, LUGER.

Uafhængigheden både af økonomiske, kommercielle og også kunstneriske interesser er med andre ord en meget vigtig position for kunstnerne, når de skal vurdere Bandakademiet. En position, akademiet derfor skal værne om og skærpe endnu mere. Et opmærksomhedspunkt i fremtiden er Bandakademiets dobbeltrolle i de samarbejder, hvor Bandakademiet både er kunstnernes 'bedste venner' som rådgivere og tilrettelæggere af et forløb og samtidig er juryen, der fravælger kunstnere undervejs i et forløb.

"Bandakademiet kan – for at styrke uafhængigheden i Karriere-Kanonens forløb – overveje, om det skal det være de samme mennesker, der sidder i juryen, som også arbejder med kunstnerne – eller om det skal lægges ud til nogle andre. Det vil gøre det rum, kunstnerne træder ind i forbindelse med Bandakademiets talentudviklingsforløb i KarriereKanon, ægte tillidsfuldt og uafhængigt."

– Danni Travn, presserådgiver tilknyttet Bandakademiet.

Medspiller og modspiller til musikbranchens talentudviklingsarbejde

Bandakademiet befinder sig i en position og et arbejdsfelt, der placerer sig mellem talentmassen i 'øvelokalet' og den etablerede musikbranche og dens virksomheder. På en og samme tid både modspiller og medspiller til musikbranchen – ifølge vurderingen fra mange af kunstnerne, der har været en del af Bandakademiets forløb, og de musikbranchepersoner, som kender Bandakademiet. Både kunstnere og branche peger på, at Bandakademiet er en aktør, der er med til at professionalisere artisten, et nødvendigt 'missing link' mellem kunstner og musikbranche, og som i sidste ende er en fordel for samarbejdet mellem kunstner og musikbranche, fordi talenterne igennem forløbet i Bandakademiet får kendskab til branchen og dets aktører og en større viden om, hvad man som kunstner kan forvente af samarbejdet med kommercielle samarbejdspartnere. De får med andre ord – ifølge kunstnere og branche – en forståelse for det marked, de kommer ud i, og de 'kanaler', de skal ramme – og i øvrigt et sprog og nogle redskaber til forretningsudvikling af deres egen kunstneriske virksomhed.

"Jeg oplever primært Bandakademiet som en medspiller. Det vigtigste er at holde sig alligned med, hvordan det kommercielle marked fungerer, og det synes jeg, Bandakademiet har været dygtige til. Man har både haft kontakt til uafhængige musikselskaber som os, men også de store musikselskaber – majors. At man både har kunnet "lave" en Djämes Braun og The Minds of 99 på samme tid, er et godt eksempel. Generelt, når vi møder de talenter, der kommer igennem forløbet i

Bandakademiet, er det sindssygt rart, at de allerede føler sig klædt på og forstår, hvad vi snakker om, når vi eksempelvis taler strategi."

– Ole Nørup, medstifter og manager i The Bank, bl.a. for The Minds of 99.

Sarah Sølvsteen fra LUGER supplerer:

"Bandakademiet er på en måde "the missing link" mellem den rå talentmasse i øvelokalet og skridtet til at blive en professionel artist med en karriere – på både et kunstnerisk og karrieremæssigt plan." – Sarah Sølvsteen, director og agent, LUGER.

Også Jakob Sørensen fra The Bank bekræfter:

"Jeg ser meget Bandakademiet som et supplement til branchen – og det er derfor, det fungerer. Der har altid været en åbenhed over for branchen. Bandakademiet har grundlæggende lyst til at få kunstnerne signet – modsat andre rådgivere, som primært advarer kunstnere og anbefaler dem at gøre det hele selv. Bandakademiet er en ikke-kommerciel katalysator for talent. Der er en forståelse for at være fødselshjælper, for at få kunstnerne videre i karrieren gennem kommercielle samarbejder." – Jakob Sørensen, founder og CEO, The Bank.

Der vil sandsynligvis også være virksomheder i musikbranchen, der opfatter Bandakademiet som en unødvendig forstyrrelse, der står i vejen for, at branchen selv kan gribe tidligt fat i talenterne og præge dem. Andre reflekterer blot over Bandakademiets position i de tilfælde, hvor kunstnerne allerede har en aftale med en musikbranchevirksomhed og på samme tid er i forløb i Bandakademiet.

"Det er lidt underligt, at der kommer en instans imellem mig og bandet, jeg skal arbejde med. Men det motiverer mig at mærke nogle mennesker, der brænder mere for det end en coach, der bare er hyret for en periode. Overordnet er det en fordel, at Bandakademiet er i en slags opposition til musikbranchens virksomheder, og det er en fordel, at foregår på artistens præmisser."

– Anders Büchert, grundlægger og agent – Velour (tidl. ACB Music).

Rollen som medspiller og modspiller set fra kunstnerens side

"Bandakademiet er en neutral instans med elementer af en opposition. De er meget 'in touch' ift. til ikke at være i unødigt opposition." – Ravi Kuma.

Mange af de kunstnere, Bandakademiet har arbejdet sammen med, peger på styrken i, at Bandakademiets forløb er et uafhængigt og frit udviklingsrum, og at Bandakademiet er 'i positiv opposition' og 'modspiller' til branchen:

"Forløbet i Bandakademiet var et frirum. Vi fik ro, og Bandakademiet kunne 'bede branchen om at holde sig lidt væk.' Der så vi Bandakademiet som i opposition til branchen. Det er vigtigt, at Bandakademiet forbliver en opposition til branchen. Det handler om mennesker – ikke kun om penge. Bandakademiet står på kunstnerens side og lærte os om branchen, inden vi gik over broen." – Patina.

Hovedparten peger på, at det er en vigtigt, at Bandakademiet samtidig er en organisation, der samarbejder med branchens virksomheder og organisationer og derfor har et dybt kendskab til og erfaringer med den virkelighed og de vilkår, som kunstnerne træder ind i:

"Jeg oplevede, at Bandakademiet er på kunstnerens side, men ikke mod branchen. Jeg kunne godt mærke, der var nogle holdninger til branchen og til de aftaler, der potentielt kunne indgås – og det gav en sund skepsis ift. de normer, der er i branchen, når det gælder magtforhold, kontrakter mv. Vi oplevede – som de grønne rappere vi var – at pladeselskaber fik os til at føle, at vi skulle være heldige over at blive signet, mens Bandakademiet fik os til at føle, det var os kunstnere, der havde guldet og selv skulle styre, hvem vi ville lave aftaler med. Jeg oplevede helt klart, at Bandakademiet var på vores side, men bestemt ikke vendt mod det kommercielle – og det ville heller ikke have været fedt. Da vi havde fundet frem til, at vi gerne ville lave en aftale på et major-label, blev det respekteret, og det var det, vi arbejdede mod. Det var et trykt forløb med Bandakademiets rådgiver i forhandlinger." – Jesper Livid, som i 2012 var en del af Bandakademiets talentudviklingsforløb sammen med sit daværende band Kaliber.

Talentudvikling vs. uddannelse

Bandakademiet arbejder med talentudvikling uden for de formelle læringsmiljøer (musik- og kulturskoler, højskoler) og uden for de klassiske talentudviklings-institutioner (MGK, musikkonservatorierne, lokale og regionale talentskoler).

Det, der adskiller Bandakademiet væsentligt fra andre uddannelsesinstitutioner, der beskæftiger sig med talentudvikling, er grundlæggende, at forløbene ikke er underlagt læreplaner, fast pensum og øvrige formelle krav og lovreguleringer, som uddannelsesinstitutioner og musikskoler er. De fleste kunstnere opfatter ikke Bandakademiet som en skole, selvom forløbene også indeholder inspirationsoplæg, der kan minde om undervisning.

"Bandakademiet er næsten det modsatte af en uddannelse. Bandakademiet ønsker ikke, at kunstnerne skal gøre det på en bestemt måde. Akademiet får lov til at være et sted, hvor man selv får lov til at udfolde sig. Bandakademiet er som en lille ø uden broer til branchen, helt uafhængigt. Men der er en lufthavn, hvor man kan sende breve og flyve ud i verden. Der kan man blive udviklet – god kombi, at Bandakademiet er uafhængigt, og at kunstnerne selv skal have noget med." – Patina.

Samtidig har Bandakademiet ikke fastansatte medarbejdere, men håndplukker en lang række kunstnere, branchefolk, mentorer og andre kapaciteter, som i en kortere eller længere periode matches med de kunstnere, der er en del af det givne forløb.

Mange af kunstnerne sætter stor pris på de individuelle match med særligt aktuelle og aktive musikere og kunstnere, som de selv har været med til at vælge. Det motiverer og engagerer ifølge flere af kunstnerne i Bandakademiets ideelle forløb.

Svagheder og forbehold

Bandakademiets øvrige engagementer

Bandakademiets uafhængighed og position som medspiller og modspiller mellem kunstner og branche er en delikat balancegang, som ikke må tippe, hvis organisationen skal beholde sit unikke ståsted og gode udgangspunkt som uvildig rådgiver og talentudvikler af eliten inden for talenter. Bandakademiet skal kontinuerligt være opmærksom på, hvordan kunstnerne og branchen opfatter akademiet. Nogle gange kan projekter, akademiet ikke direkte er en del af, men hvor der er sammenfald mellem personer i Bandakademiet og udviklingen af andre initiativer, smitte af på kunstnernes opfattelse af Bandakademiet og dets position:

"Vi oplever, at Bandakademiet er blevet en større del af branchen – bl.a. pga. Danish Songwriting Academy¹⁰. Det giver Bandakademiet en yderligere kommerciel vinkel, som kan være negativ. Min respekt for Bandakademiet er faldet en lille smule. Vi savner, at Bandakademiet er en opposition og ikke en del af branchen." – Patina.

Det er en svaghed, der er god og vigtig at have for øje. Selvom Bandakademiets engagement i f.eks. Danish Songwriting Academy også er i talentudviklingens tegn, er det reelt, at jo mere Bandakademiet som organisation er 'fedtet' ind i branchen, desto mindre uafhængige bliver organisationen. Omvendt er det også i samarbejder og projekter i og med branchen, at Bandakademiet holder sit netværk, sin viden og dermed sin faglige relevans for kunstnerne aktuel og vital. Det er en balance, akademiet skal være yderst opmærksom på, når man arbejder med uvildig talentudvikling.

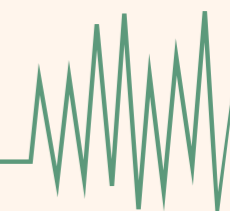
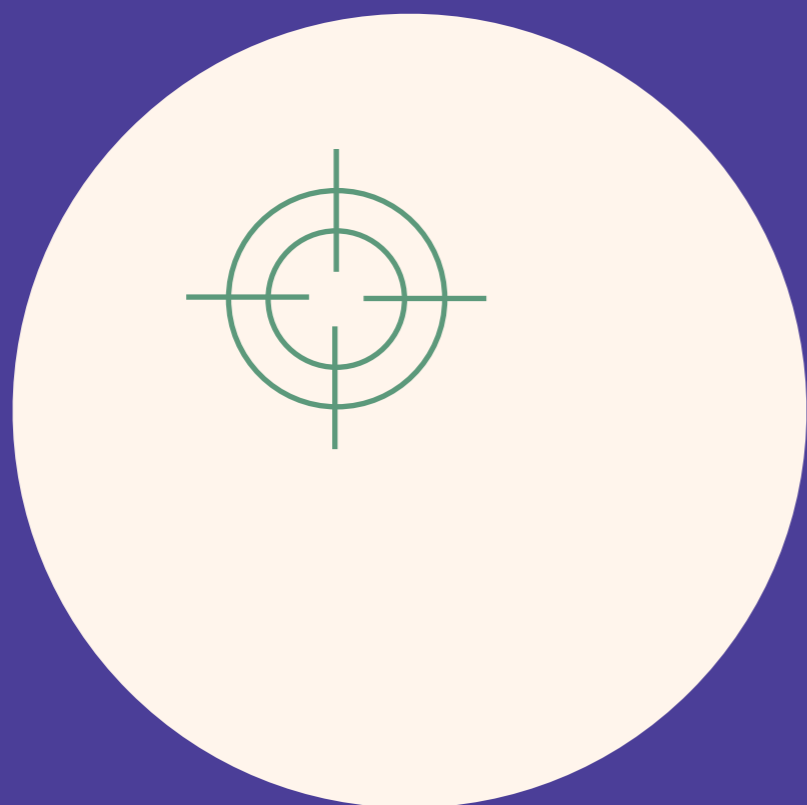
Potentielle bias i vurderingerne

Det må derudover pointeres, at ovenstående positive vurderinger af Bandakademiet formentligt vil have en sammenhæng med, i hvor høj grad det er lykkedes for artisterne at etablere sig i det danske musikliv, siden deres forløb med Bandakademiet. Selvom akademiet har forsøgt at inkludere et relativt bredt udsnit af respondenter og deres citater, har selve udvalget af respondenter potentielt også haft overvægt af succesfulde projekter, der har ønsket at udtrykke deres holdninger til Bandakademiets forløb. Det gør ikke nødvendigvis evalueringen misvisende, men det er vigtigt at understrege, at artisternes succes langt fra udelukkende er Bandakademiets fortjeneste. Der har været mange kompetente folk involveret i kunstnernes udvikling, og hvis nogle af disse samarbejder er blevet etableret efter introduktion fra Bandakademiet, kan det øge den positive oplevelse af Bandakademiets forløb. Derudover er **forløbet i Bandakademiet gratis for artisterne**, hvilket formentligt også skaber større taknemmelighed og færre komplikationer ift. f.eks. forventninger og krav.

¹⁰ Bandakademiets leder har som projektchef i Kulturmetropolen været en drivende faktor i opstarten af den nye eliteuddannelse i kommerciel sangskrivning og produktion, og Bandakademiet har været medarrangør på en sangskrivningscamp i 2020 i samarbejde med Kulturmetropolen og Danish Songwriting Academy.



Bandakademiets metode



I det følgende kapitel beskrives Bandakademiets metode samt det forløb, som metoden er katalysator for. Metoden kaldes for Ready – Aim – Fire, og tager udgangspunkt i de talenter, som er kunstnerisk og mentalt klar til at tage skridtet 'fra amatør til professionel'.

Forløbet er en 360-gradersindsats i tre trin, som Bandakademiet derfor har døbt Tretrinsraketten. Forløbet har som mål at klæde talenterne på til at få den bedst mulige start på en bæredygtig kunstnerisk og kommerciel karriere i musikbranchen.

Det er Bandakademiets metode, 360-graderstilgang til talentudvikling og forløbet i tre trin samt akademiets position i musikbranchen, som Bandakademiet overvejende har haft succes med. Det er denne position og indsats, Bandakademiet vil styrke og ser som sit primære indsatsområde fremover.

Ready - Aim - Fire

Der er ikke mange kunstnere, der kan beskrive opstarten på deres karriere som snorlige, enkel og som forventet. Den er oftest præget af et tilfældigt og kaotisk forløb, et mix af begejstring, gåpåmod, frustration, oplevelser af afvisninger, sejre, langsommelighed, uoverskuelige valg, opgaver, prioriteringer, forventningsafstemninger, balance mellem investeringer i karrieren, hverdagen og måske 'noget at falde tilbage på'. Med andre ord, så er den første tid i en kunstners karriere typisk ikke ligeud ad landevejen. Mange kunstnere, hvad enten de har 'klaret den' eller ikke 'klaret den', ville sandsynligvis ønske, at deres udviklingsvej fra amatører mod en professionel karriere i musikbranchen havde været mindre kaotisk, og at der havde været større mulighed for at træffe valg og fravalg under bedre forudsætninger.

"Ordentlig talentudvikling er ekstremt vigtigt ift. at rådgive artister, som er lige på vippen til at tage nogle ekstremt vigtige valg, lige når de tager springet 'fra amatør til professionel' – det kan tage mange år at rydde op, hvis man ikke har rådgivning i de afgørende måneder. Det kan betyde enormt meget ift. at få et sundt musikliv." – Jesper 'Livid' Helles fra Kaliber og nu bl.a. Tessa's manager

Bandakademiets erfaringer med og viden om talentudvikling og karriererådgivning har vist, at talenter i mange sammenhænge finder sig selv i en situation, hvor de:

1. skal træffe beslutninger, de ikke har erfaringsgrundlag eller de faglige forudsætninger for at træffe.
2. skal levere på områder, de ikke er klar eller rustet til - eller som ikke er fordelagtige for dem på den lange bane.
3. mangler uvildige og professionelle rådgivere at rådføre sig med. Rådgivere, som kender den virkelighed og de vilkår, de træder ind i.

Derfor har vi bygget vores forløb ud fra metoden: Ready – Aim – Fire. Forløbet er udviklet ud fra princippet om, at talentet skal kunne udvikle sig i et 'lukket og sikkert værksted' med uvildig sparring og rådgivning – fri for kommercielle interesser – samtidig med at de testes og trykprøves i samarbejde med eksterne fagprofessionelle og branchefolk fra musikindustrien. Sidste fase af forløbet handler om at etablere sig i det karriere-setup, der giver mest mening for det enkelte talent – og på almindelige markedsvilkår. Dermed er **en central del af Bandakademiets arbejde at sammenligne med iværksætterforløb og opstartshjælp** med Bandakademiet i rollen som 'business angels' med den forskel, at Bandakademiet ikke har økonomiske eller kommercielle interesser i kunstnerne, og at kunstneren ikke skal betale investeringen tilbage.

"Forløbet i BA gav luft, som at vi havde et år i 'børnehaven' med plads til at græde og grine og forberede sig. Positivt, at det var et frirum, vi fik ro, og BA kunne 'bede branchen om at holde sig lidt væk'." – Patina.

READY - AIM - FIRE: Bandakademiets metode



Når der skydes, før der sigtes

Bandakademiet oplever, at kunstnere ofte 'skyder, før de tager sigte' – og at de retrospektivt oplever, at den tilgang ender med at blive et problem eller benspænd for deres karriere. Derfor er der i Bandakademiets metode et særligt fokus på 'AIM' for at forhindre, at talentet skyder i alle retninger og efterfølgende indser, at de skulle have sigtet først, altså have haft et mål og en strategi, før de trykkede på aftrækkeren.

Det lyder umiddelbart logisk og indlysende at tage sigte, før man skyder, men det er ikke intuitivt for de fleste kunstnere. Det er Bandakademiets erfaring, at når kunstnere oplever et momentum eller 'et hul igennem' til branchen og /eller til nogle muligheder, som de har drømt om længe, så er deres intuitive reaktion at rykke på det med 100 pct. af deres energi, hvilket ofte kan lede til forhastede beslutninger, som man fanges i og måske fortryder senere hen.

Det er en naturlig reaktion, ligesom det er naturligt at være utålmodig og gerne vil have, der sker noget hurtigt i og med karrieren. De færreste kunstnere på vej har desuden økonomi til at investere i rådgivning, juridisk bistand eller produktudvikling. De har svært ved at tage fri fra studier og arbejde, og de tør måske ikke sats på et bedre tilbud fra en anden samarbejdspartner. Dertil kommer, at man som kunstner ikke nødvendigvis har kendskab til markedsføringsstrategier, jura, netværk, musikproduktion, nødvendige forventningsafstemninger osv., hvilket kan gøre det svært at vurdere den mulighed eller det tilbud, man står over for. Derfor er det vigtigt at have mulighed for at sparre med nogen, som ved noget om og har erfaring med disse ting. Og det er vigtigt at blive bekræftet og understøttet i, at ting tager tid. De færreste bliver etablerede kunstnere eller stjerner overnight, og en potentiel samarbejdspartner, der viser interesse, er der også i næste uge eller måned, hvis interessen er reel og samarbejdspartneren seriøs.

Tilgangen omkring AIM er på den måde både defensiv og progressiv. Den handler lige så meget om at hjælpe kunstnere med at undgå at skyde sig selv i foden som med at ramme plet, når de er klar til det.

Når 'FIRE' ofte bytter plads med 'AIM' i kunstnerens virkelighed, kan det have mange grunde. Om det er pga. hastværk og utålmodighed, tilfældigheder eller andet, vil mange kunstnere kaste sig ud i udgivelser, kommercielle aftaler, samarbejder mv., lige så snart der opstår en mulighed for det, hvorefter arbejdet med at tage sigte bliver udsat til et senere tidspunkt. Branchen venter generelt ikke på, at 'hele kunstneren' er klar, hvis de vurderer, at 'produktet' er det. Det kan lyde usympatisk, men er oftest nærmere et udtryk for et erfaringsgrundlag hos musikselskaberne, som slet ikke matcher kunstnerens. Branchen har formentlig taget sigte og har en klar idé om, hvad de vil med og for kunstneren, men det er ikke nødvendigvis solidt funderet i kunstnerens ønsker og ståsted. Kunstneren bygger med andre ord ofte flyet, mens de flyver. Det kan fungere for nogle få kunstnere, men for de fleste indebærer det, efter Bandakademiets erfaring, en stor risiko for at ramme helt ved siden af, som resulterer i, at der skal ryddes og rettes op på mange ting efterfølgende.

Bandakademiet forsøger i sit talentudviklingsarbejde at hjælpe talenterne med 'at flytte AIM tilbage før FIRE' og med andre ord at hjælpe kunstnere med at træffe de bedst mulige beslutninger på det bedst mulige tidspunkt og på det bedst mulige grundlag. Bandakademiet forsøger at hjælpe sine kunstnere med at minimere risikoen for, at de knækker på vejen pga. af noget, som måske kunne være undgået.

Bandakademiets forløb - Tretrinsraketten

"Individuel rådgivning i kombination med rådgivning og inspiration i plenum. Ingen af elementerne skal udelades. Tretrinsraketten fungerer rigtig godt."
– Ravi Kuma.

Bandakademiets ideelle forløb bygger på en 360-graderstilgang, som fokuserer både på det kunstneriske (hvordan det lyder og formidles på scenen), det forretningsmæssige (hvordan de tjener penge) samt på det mentale (hvordan de passer bedst på sig selv og 'træner' deres mentalitet undervejs).

Forløbet er formelt struktureret i tre trin, heraf navnet **Tretrinsraketten**, og forløbet foregår i en vekselvirkning mellem fælles og individuelle aktiviteter mellem fysiske og digitale møder, mellem refleksion og hands-on-øvelser, mellem inspiration og mesterlære.

Tretrinsraketten's temaer og overskrifter:

- **Sangskrivning & Produktion**

Feedback på egne sange, co-writing, camps, møder med forbilleder

- **Live & Performance**

Feedback på sceneoptræden, scene coaching mv.

- **Historiefortælling & Formidling**

Egen kunstnerfortælling, medietræning, markedsføring

- **Musikbranchen**

Brankekendskab- og færdigheder aftalejura, typer af samarbejder, hvem-er-hvem, økonomi

- **Mental Trivsel & Træning**

- **Individuelle Forløb & Afsætning**

Sparring & Rådgivning (forretningsudvikling, intern forventningsafstemning, økonomi/skat, strategi, konkrete samarbejdspartnere og aftaler).



Tretrinsraketten:

Tredje trin handler om den enkelte kunstners drømme, ambitioner og mål. Der er fokus på interne processer og forventningsafstemning, udvikling af mål, strategi og handlings- og forretningsplan samt 'afsætning' og 'overlevering' til samarbejdspartnere som pladeselskaber, bookere, managers mv., hvis det er det, kunstneren ønsker, eller hjælp til at styre sin egen karriere med udgivelser og booking, hvis det er kunstnerens ønske og virkelighed.

Andet trin er en slags trænings- og feedbackfase, hvor kunstnerne i praksis og afprøver forskellige discipliner under temaer og overskrifter og møder branchen i et neutralt rum.

Første trin handler ofte om inspiration. Kunstnerne introduceres for en række discipliner under de forskellige temaer og overskrifter.

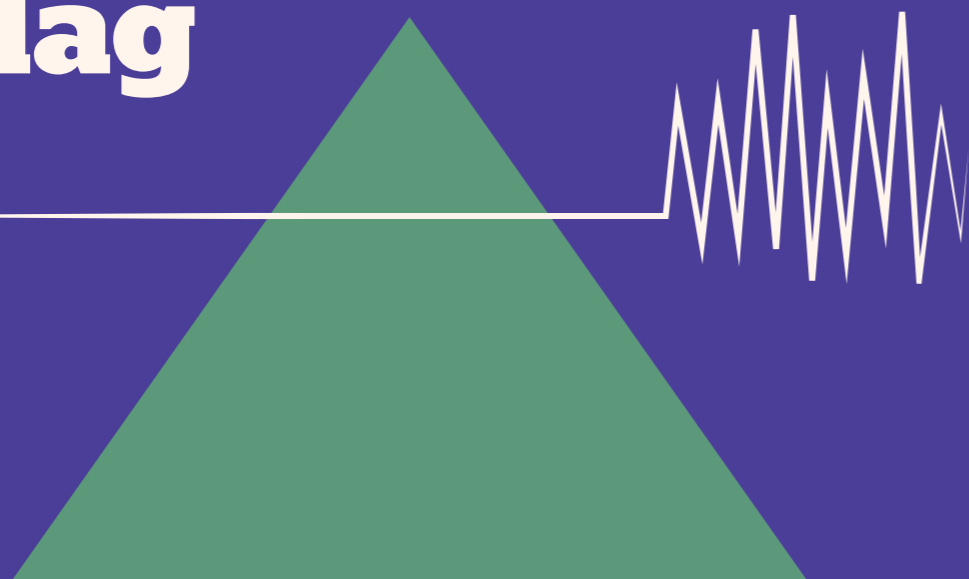


Alle talenter, som deltager i forløbet's tre trin, får således indsigt i egen band- og eller kunstnerdynamik og får kalibreret og italesat fælles ønsker og mål for karrieren, ligesom de får redskaber og viden om, hvordan man bedst passer på sig selv i en benhård og konkurrencepræget branche. De får indsigt i rettigheder, forskellige typer af samarbejdsaftaler og får introduktion til musikbranchens forskellige organisationer og funktioner. Talenterne får redskaber til at styrke deres sangskrivning og lyd. De kommer også til at arbejde fokuseret med deres live-performance og live-sættets dramaturgi og får viden og redskaber til, hvordan man bliver booket til spillesteder og festivaler. Deltagerne får styrket deres indsigt i relevante brancheforhold og potentielle samarbejdspartnere.

"Før havde jeg haft udefinerede drømme. Via Bandakademiet er det blevet konkretiseret. Der er lidt med at blive holdt i ørerne, når man svæver deroppe og siger 'ja ja, jeg drømmer', og Bandakademiet siger: 'ja ja, det er fint, kom lige herved og fortæl, hvad du har tænkt dig.' Det har været et stort springbræt, fordi det har konkretiseret, hvad jeg har skulle gøre for at komme videre fra der, hvor jeg stod, og det har givet mig meget konkrete værktøjer til at komme videre." – PIL.

Bandakademiet har et solidt kendskab til musikbranchen og et omfattende netværk i både den danske og internationale musikbranche. Til forløbet håndplukkes mentorer, rådgivere og faglige kapaciteter fra øverste hylde af den danske og internationale musikbranche.

Talentudvikling i musikbranchen i dag



Vigtigere end nogensinde før

Antallet af talentfulde kunstnere, som ønsker en karriere i den danske musikbranche, er eksploderet i de sidste 10+ år.¹¹ Med digitaliseringen af musikudgivelser er det blevet betydeligt lettere for en ny kunstner at indspille og udgive musik, og det har skabt et endnu større pres på de få og stadig relativt afgørende nåleøjer, der er for at 'slå igennem' i branchen. Med dette øgede potentiale og mængden af talenter i vækstlaget har behovet for systematisk og uafhængig talentudvikling og karriererådgivning aldrig været større end i dag.

"Behovet for talentudvikling og karriererådgivning er gigantisk. Man har aldrig haft større mulighed for at lave musik ... eller opdage musik pga. den teknologiske udvikling. Så der er vildt mange derude, der laver musik, men ikke særlig mange, der får den rette rådgivning. I f.eks. fodbold findes der et helt klart system, der sikrer, at de bedste helt unge spillere får den rette vejledning og plan mod måske at blive professionelle i fremtiden. Den rejse findes ikke mange steder i musikbranchen, og musikbranchen er på ingen måde rustet til at kunne hjælpe dem alle. Der er for mange udgivelser i det nye system, hvor prisen pr. udgivelse er faldet. Artister lander derfor ofte pladask helt uforberedte på, hvad det egentlig kræver i branchen efter en signing. Pga. dette venter vi ofte et godt stykke tid med at gå i gang. Ja, vi laver vel reelt en form for 'KarriereKanonen-uddannelse', inden vi løber afsted. Nogle gange kan det tage et par år, før vi går i gang med første udgivelse med nye kunstnere, for at sikre, de er klar til det, der skal ske."

– Ole Nørup, partner i The Bank og manager for The Minds of 99.

Vigtige opmærksomheds-punkter og branche-dynamikker

I det følgende kapitel har vi samlet nogle karakteristika for dele af musikbranchen, som vi i Bandakademiet oplever er vigtige opmærksomhedspunkter i arbejdet med talenter. Kapitlet ridser således en skitse op af den verden, som de talenter, Bandakademiet arbejder med,

¹¹ Bandakademiet har oplevet dette bl.a. igennem sit engagement i KarriereKanonen. I 2010 havde talentprojektet KarriereKanonen omkring 800 ansøgere. Det kulminerede i 2019, hvor 1700 kunstnere uploadede musik til KarriereKanonen. Antallet af kunstnere, der har uploadet deres musik til projektet, har ligget stabilt på omkring 1600 siden. Det samme er gældende for ansøgere til Bandakademiets sangskrivningscamps Music Maker 2015-2020, som var målrettet sangskrivere og producere, der ikke selv havde lyst til at stå på scenen. I 2020 ansøgte 200 talenter om at blive en del af de blot 21 pladser. Mange af dem, der ikke blev udvalgt, havde potentiale til at være en del af projektet.

træder ind i, og beskriver nogle af de vilkår, akademiets talentudvikling forholder sig til. Kapitlet indeholder til sidst også nogle vigtige greb, som Bandakademiet har erfaret minimerer risikoen for de ellers potentielle faldgruber, nogle af branchens dynamikker skaber.

Sammensmeltning af musikbranchens virksomheder og funktioner

Som på de fleste markeder er der en tendens til, at de store bliver større. Dette er også gældende i musikbranchen, hvor vi nogle gange ser en sammensmeltning af de musikvirksomheder, der 'køber' og 'sælger' danske kunstnere i den danske musikbranche.

Især på live-området ser vi f.eks. Live Nation, der sidder på store dele af det danske livemarked med ejerskab over bookingagenturerne Luger,¹² PDH,¹³ festivalerne Heartland og Copenhell samt driften af Royal Arena. Live Nation har også majoriteten af promotorvirksomhed ift. internationale navne i Danmark samt ejerskab over billetudbyderen Ticketmaster. Lignende eksempler er tilfældet med smash!bang!pow!, der både agerer bookingbureau for danske artister, promoter for internationale navne samt har sin egen festival, Syd For Solen, ligesom DTD Concerts også både agerer promoter og ejer festivalerne Northside og Tinderbox.

Hos Universal Music, der er Danmarks største pladeselskab, driver man også bookingbureauet United Stage, som repræsenterer mange danske artister, og driver derudover billetplatformen musik.dk.¹⁴ Universal Music ejer desuden den digitale distributions- og marketingvirksomhed Ingrooves og har ejerskab eller medejerskab i flere andre musiktjenester og distributører, eksempelvis Spotify.

Pladeselskabet Sony Music Danmark har, som den andenstørste spiller i markedet, også sikret større markedsandele ved opkøb af eksempelvis disco:wax og No3. De ejer desuden musikdistributionsvirksomheden The Orchard, som i lighed med Ingrooves benyttes af flere uafhængige selskaber og kunstnere.

På samme måde har flere mindre og independent selskaber udvidet deres forretningsområder med enten booking, management, publishing eller alle tre områder. Dette ses f.eks. hos The Bank, Tambourhinoceros, GL Music, WAS Entertainment, The Arrangement m.fl.

Disse sammensmeltninger har både potentielle fordele og ulemper, og man skal blot være opmærksom på de overlappende interesseområder, og at man som kunstner ikke nødvendigvis behøver vælge hele pakken fra ét selskab, bare fordi de tilbyder det.

Streamingtjenesternes betydning

Udbredelsen af musik er på mange måder afhængig af få store spillere og deres algoritmer. Det gælder ikke mindst for den indspillede musik i streamingtjenesternes tidsalder. Gode placeringer på playlister både på streamingtjenester og i radioen har for mange kunstners vedkommende stor betydning for at få deres musik ud til lytterne.

12. Luger repræsenterer kunstnere som MØ, The Minds of 99, Jada m.fl.

13. PDH repræsenterer Anne Linnet, Dizzy Mizz Lizzy, Nik & Jay m.fl.

14. Universal Music Danmark har opkøbt det uafhængige pladeselskab Art People (nu Virgin Music). Deres bookingselskab, som tidligere hed Copenhagen Music, opkøbte bl.a. Nord Booking og har nu samlet alle deres liveaktiviteter i virksomheden United Stage, som repræsenterer bl.a. Kidd, Lukas Graham og Rasmus Seebach.

I distributionen af indspillet musik er tjenester som Spotify, YouTube, Apple Music og YouSee yderst centrale. Disse spillere er vel at mærke kommercielle aktører, uden et særligt public service-opdrag ift. ny musik eller diversitet, som det gør sig gældende hos Danmarks Radio.

Musiktjenesternes playlister er vigtige for udbredelsen af de sange, der bliver udgivet på tjenesterne, og for alle involverede rettighedshavere. Det har stor betydning for majoriteten af debuterende kunstnere i Danmark at blive bakket op af eksempelvis Spotify for at nå deres målgruppe.¹⁵ Beslutningen om at tilføje sange til musiktjenesternes playlister ligger i hænderne på ganske få mennesker, og mængden af ny musik er som tidligere nævnt enorm. Det er derfor ikke uvæsentligt at have en god relation til disse tjenester, og det er typisk de største pladeselskaber og distributører med mest repertoire, der har de bedste muligheder for at pitche ny musik til tjenesterne.

Mediebilledet

De danske udbud af musikformidling er relativt begrænset. Det er primært magasiner som Gaffa, Soundvenue og Bands of Tomorrow, som formidler ny musik, og som har stort fokus på danske kunstnere. Dagbladenes musikdækning er i løbet af de sidste 10 år generelt blevet mindre og mindre, og der kan være en tendens til, at de kunstnere, der bliver omtalt i anmeldelser eller featureartikler, for hovedpartens vedkommende er kunstnere, der allerede har etableret sig eller er stærkt på vej til at etablere en karriere i musikbranchen.

Det sker fra tid til anden, f.eks. på Go'Morgen Danmark, at man præsenterer debuterende kunstnere, men det er oftest mere etablerede navne, som seernes kender, der får en plads på sendefloden i programmer som Toppen af Poppen og diverse Awardshows mv.

Derudover kan DR have afgørende betydning for danske kunstnere. De dækker populærmusik på bl.a. P3 og P4, som ikke er rene musikkanaler, men som har stor betydning for både opdagelse, udbredelse af ny musik og ikke mindst indtjening via Koda- og Gramex-vederlag til rettighedshaverne. DR er en vigtig formidler af ny dansk musik for upcoming og debuterende kunstnere, bl.a. med Upcoming-listen, Debut på P6 Beat, KarriereKanonen, P3's Uundgåelige, P3 Guld, men har i mange år oplevet hård konkurrence fra Spotify, YouTube og lignende ift., hvor den helt unge målgruppe opdager ny musik. De genrespecifikke og rene musikkanaler på DR har desuden igennem nogle år været under pres. P7 Mix er lukket, og P6 Beat og P8 Jazz er blevet forlænget midlertidigt efter at have været lukningstruede – og er det principielt stadig.

De kommercielle radiostationer som f.eks. The Voice og Nova spiller overvejende etablerede kunstnere eller nyere kunstnere fra store pladeselskaber.

Til sidst udgør de sociale medier en enorm rolle i formidling af musik, dog nærmest fuldstændig uden nogen kuratering, hvilket på den ene side er meget demokratisk, men samtidigt også potentielt skaber svære vilkår for helt nye artister. Det bliver interessant at følge f.eks. TikTok, som er det 'nye store'. Det har vist sig, at TikTok både har sat nyt lys og fokus på gamle sange, men også på helt nye artister.

15. Streaming står som format for 90,1 pct. af omsætningen af indspillet musik til forbrugere i 2021 ifølge IFPI's rapport Musikselskaber 2021

Det farlige fluepapir

Musikbranchen er på mange måder 'et farligt fluepapir' og en oplevelse af, at det er en attraktiv og cool branche at være en del af. De fleste kunstnere drømmer om at blive udgivet på et stort pladeselskab, få sine sange i radioen eller på en af de attraktive playlister og at spille på de store festivaler. Musikbranchen giver én mulighed for at blive set og hørt – blandt de kendte. Den er kendt for fester, alkohol og social networking i de sene nattetimer -som understøtter en følelse af frihed og store drømme i en kedelig hverdag. Det er en branche, som i høj grad markedsfører det sjove, lette, festlige, hvor alle er på toppen. Udenforstående får sjældent indblik i den mængde arbejde, ofre og risici, der er ved at gå ind i og være en del af musikbranchen, og det er noget, man med fordel kan gøre tydeligt for kunstnerne fra starten.

Følelsen af tidspres

I arbejdet med nye kunstnere er der en diskurs om det lange seje træk, og at man ikke skal forvente at blive en superstjerne på et eller to år. På trods af det er der en tendens til, at især pladeselskaber laver aftaler med mange unge artister på helt ned til to-fem sange plus eventuelt optioner.¹⁶ Det giver en følelse af tidspres, hvor artisten skal levere relativt gode resultater på ret kort tid.

Det er forståeligt, at kommercielle selskaber forsøger at minimere risikoen ved nye samarbejder og således spreder deres risiko ved at investere mindre beløb, men i flere. Positivt kan man sige, at selskaberne giver flere talenter en chance og ikke binder kunstnerne til sig i uoverskueligt lange perioder. Det er samtidig også en stor udfordring. Risikoen er, at aftalerne med de unge kunstnere indgås både for tidligt, og at nogle kunstnere med et stort udviklingspotentiale pga. det korte omfang ikke vil nå at indfri deres potentiale hurtigt nok, inden selskabet afslutter samarbejdet med den unge kunstner.

Det er desuden en udfordring for kunstnerne, at branchen generelt forventer, at kunstnerne relativt hurtigt og inden for kort tid skal kunne tage stilling til og underskrive en aftale. Det er især et problem for debuterende kunstnere, som ikke har haft mulighed for at lære branchens dynamikker og ikke mindst de mennesker, der udgør branchen, at kende. Forventningen om hurtige aftaler er til skade for en god og sund forventningsafstemning, der i sidste ende også ender med at koste selskabet penge på et 'mislykket' forsøg.

Artistens økonomiske position i fødekæden

De fleste aftaler med musikselskaber har en tendens til at tilgodese musikbranchens aktører, udgifter til tredjemand og produktion m.m. på en måde, hvor disse ligger øverst, når der skal afregnes. Det betyder, at det oftest er artisten, der ligger til sidst i den økonomiske fødekæde. Hvis økonomien er god, er det en fordel, fordi overskuddet så ender hos kunstneren. Men især for nye talenter, hvis økonomi i musikken endnu ikke er særlig stor, betyder det til gengæld, at der er meget lidt tilbage til artisten, hvis det da ikke ender i et underskud.

Det er der egentlig ikke noget nyt i, og det har ikke ændret sig på trods af de digitale forandringer.

¹⁶ En option er i pladekontrakter et tillæg til de antal sange, selskabet forpligter sig til at udgive. Det betyder, at selskabet har en rettighed, men ikke en forpligtelse til at kunne udgive flere sange, hvis de ønsker at forlænge samarbejdet med artisten under indeværende aftale. Der er efter Bandakademiets oplevelse en tendens til, at selskaberne laver rigtig mange aftaler med unge kunstnere, som potentielt kunne komme til at 'streame' meget med en forhåbning om, at det lykkes for nogle få af dem, og en kalkuleret forventning om, at majoriteten ikke vil lykkes.

Det skyldes, at det i sidste ende er kunstnerens virksomhed, som 'ansætter' folk til at udvikle for en. F.eks. vil en booking agent oftest tage sin provision fra toppen¹⁷ før udgifter til band og transport, hvilket i starten måske vil skabe et underskud for artisten, men som senere hen vil blive til et overskud, hvis projektet lykkes. På pladeselskaber betyder dette oftest, at udgifter til f.eks. promovoring, billeder og videoer, indspilninger m.m. først skal dækkes, før artisten vil få udbetalt sin andel af indkomsten. Pladeselskabet lægger formentligt ud, men det er kun et lån, som vil påvirke artistens indkomst, indtil der er et overskud ift. udgifter.

Især for helt nye artister er placeringen i fødekæden formentlig også en naturlig afspejling af, at det nye talent er den part i samarbejdet med mindst erfaring og færrest penge at investere i projektet. Derfor er det naturligt, at de selskaber, der lægger deres tid og penge i projektet, vil afregnes først, når der kommer indtægter. Det vigtige er, at den debuterende kunstner er opmærksom på vilkårene. Og det kommer desværre tit bag på mange af dem, at investeringer skal betales tilbage, før de selv får en del af overskuddet.

Den nye artist kan som alternativ prøve at skabe så meget værdi og opmærksomhed om sin musik som muligt, inden artisten laver aftaler og søger større og 'tungere' samarbejder. Det vil være en afvejning og et spørgsmål om temperament og kompetencer, men det kan være en fordel at prøve at udligne 'magtforholdet' en smule, inden man indgår kommercielle samarbejder. Det sker også, at nogle artister selv udgiver deres første album, inden de opsøger de større pladeselskaber. Men der er en tendens til, at mange kunstnerdrømme går ud på at få aftaler med de 'store' i branchen, i håbet om at de kan søsætte karrieren hurtigt.

Egeninteresser og uvidenhed

Antallet af udgivelser og artister på f.eks. de danske pladeselskaber er steget kraftigt. Det betyder, at artisten mere end nogensinde har brug for rådgivning og for, at nogle kan hjælpe dem med at navigere i en kompliceret virkelighed og have en langsigtet karrierestrategi for øje.

Der findes dygtige og professionelle managere i musikbranchen, som har været gode til at understøtte og udvikle deres artister over længere tid, og managementområdet er generelt i vækst. Det er overvejende positivt. Der er dog nogle opmærksomhedspunkter og udfordringer til overvejelse. For det første har majoriteten af 'rådgivere' for unge kunstnere enten egeninteresser i kunstneren eller mangler viden om branchen. Rådgivere vil for debuterende kunstneres vedkommende typisk være en mindre erfaren manager eller repræsentanter fra musikselskaber, som både skal tage hensyn til kunstneren og deres bundlinje. Det kan i nogle tilfælde være en fordel, at manager er næsten lige så uerfaren som artisten, men det kan også være en stor ulempe og hæmsko for kunstnerens udvikling. Alternative rådgivere er ofte venner eller familie, som ikke kender til musikbranchens aktører, dynamikker, jura, kultur m.m.

Det er desuden et fåtal af revisorer, jurister, terapeuter m.m., som rent faktisk kan rådgive og behandle fyldestgørende og hele vejen rundt, når det kommer til kunstneres komplicerede virkelighed. Denne realitet gør, at mange kunstnere er låst i en uhensigtsmæssig situation, hvor deres kommercielle samarbejdspartnere også er deres eneste rådgivere. Bandakademiet har oplevet mange problematiske situationer og aftaler og har hjulpet en del kunstnere ud af disse igennem de sidste 10+ år, bl.a. med hjælp fra musikkens fagforeninger.

¹⁷ At tage sit 'cut' fra toppen betyder, at procenten regnes ud fra bruttoindtægterne, dvs. før eventuelle udgifter forbundet med aktiviteten er betalt. F.eks. ved en koncert vil agenten ofte udregne sin andel før udgifter til både musikere, billeje, teknikere m.m., hvor managements oftere vil beregne deres andel fra bunden, efter disse udgifter er trukket fra honoraret, eller et sted i midten.

Diversitet

De beskrevne vilkår og strukturer i musikbranchen giver – efter Bandakademiets vurdering – ikke de bedste vilkår for mangfoldighed og diversitet i alder, kunstnerisk udtryk, køn, etnicitet m.m. Det er ikke fordrende for risikovilligheden ift. at investere i de mere skæve musikalske udtryk eller den kunstner, det kræver længere tid at udvikle. Det skaber mange korte karrierer med en masse frustrationer og bristede drømme – og for publikum kan det betyde, at man går glip af mange gode kunstnere, som først har brug for at udvikles og modnes, før de 'bryder igennem'.

Derfor har der også fra flere sider i branchen været et øget fokus på diversitet. Hovedparten af beslutningstagere og gatekeepers i den danske musikbranche er overvejende etnisk hvide danske mænd, og hovedparten af kunstnere i toppen af de danske hitlister er overvejende ligeså. Det kunne tyde på, at branchen i lighed med mange andre brancher lider under en vis affinity bias eller lig med mig-bias,¹⁸ som betyder, at man generelt har præference for at omgive sig med, ansætte, og tillægge større værdi til mennesker, som man har visse ligheder med – f.eks. i køn, hudfarve eller social status.

Der er en tydelig kønsmæssig ubalance i musikbranchen. Flere undersøgelser har i de senere år peget på en branche med strukturelle udfordringer og en 'usund' seksualiserende kultur – særligt inden for populærmusikken, som udgør en stor barriere for kvindelige kunstnere og musikere. Der er en tydelig tendens til at 'pigerne synger, når de er unge'. Hvis de ikke oplever et karrieremæssigt gennembrud i 20'erne, eller når de får familie, lægger de ofte ambitionerne om en musikkarriere på hylden. Meget få kvinder producerer, og endnu færre spiller et instrument i et band. Kvinder er i meget lille grad repræsenteret inden for genrer som metal, elektroniske genrer og inden for populære genrer som urban/hip hop/rap.

På samme måde er der udfordringer med diversitet ift. repræsentation af minoriteter. Mange minoriteter oplever diskrimination i deres virke i musikbranchen pga. af deres hudfarve, seksualitet eller køn.¹⁹

Bandakademiets erfaring igennem mange års talentudviklingsarbejde er, at størstedelen af kunstnerne bliver yngre og yngre, når branchen griber fat i dem og tilbyder aftaler. De debuterende kunstnere er ofte meget mere uerfarne og dermed udsatte end kunstnere med flere år på bagen. Mange kunstnere oplever, at branchen enten 'dømmer dem ude' pga. af alder eller lægger et ekstremt pres på dem for at 'slå igennem', inden de bliver 'for gamle'. Den udbredte ageism i musikbranchen, der særligt rammer kvinderne, understøttes bl.a. af vidnesbyrd i medier og rapporter.²⁰ Det giver også en udfordring med forbilleder, hvor der nærmest ingen forbilleder er for kvindelige kunstnere over 40 inden for de populærmusikalske genrer.

Fortællingen om, at hvis man ikke er slået igennem som artist, inden man fylder 30, så er det for sent, har dog flere nuancer. Nogle af Danmarks pt allerstørste artister som Andreas Odbjerg, Drew Sycamore og Tobias Rahim er eksempler på artister, der har brugt mange år undervejs, og som har haft mange udfordringer undervejs i deres karrierer, og som først i 30'erne har fået deres egentlige gennembrud. Også den lidt yngre Ericka Jane topper først hitlisterne nu, efter mere end 10 år i branchen.

18. Kilder: Sarlvit, 2020: The Persistent Glass Ceiling in the Danish Music Industry. 2022, Kvinderne i Musikken, rapport fra Bandakademiet og DR.

19. Kilde: Repræsentation i den danske musikbranche – på og bag scenen 2021', en rapport af foreningen Another Life.

20. Kilde: Kvinderne i Musikken – en undersøgelse fra 2022 fra DR og Bandakademiet, hvor ageism er en af de mest markante temaer i undersøgelsen blandt 75 kvinder i musikbranchen.

Værdifulde greb at holde fast i

På baggrund af ovenstående opmærksomhedspunkter og dynamikker i musikbranchen kommer her fire opsummerende greb, som Bandakademiet har erfaret er værdifulde at huske på som nyt talent på vej ind i branchen eller som organisation, der vejleder disse talenter.

Sæt farten ned

Noget af det, som Bandakademiet oftest gør i arbejdet med nye talenter, er at hjælpe dem med at indse, at det tidspres, de føler, ofte ikke er reelt. At de roligt og endda oftest meget fordelagtigt kan sætte farten ned for at træffe de beslutninger, som vil være gode for dem – også om mange år. Det er vigtigt at lægge vægt på, at det er bedre at få gjort noget rigtigt end hurtigt. Det er således det mindset, Bandakademiet arbejder med i 'AIM-delen' af sin metode.

Konkret kunne det f.eks. handle om at hjælpe kunstneren med tage en timeout og overveje eller udsætte nogle beslutninger, eller at hjælpe dem med at teste professionelle samarbejder af i en prøveperiode, inden talenterne binder sig for flere år.

Det kan også handle om at turde bruge den nødvendige tid på at lære forskellige mulige samarbejdspartnere at kende, inden kunstnerne beslutter sig for, hvilket samarbejde der matcher bedst.

Samarbejder handler om relationer, men det handler i lige så høj grad om at tage de professionelle briller på som kunstner og overveje, HVEM der kan hjælpe kunstneren derhen i karrieren, hvor han/hun/de gerne vil hen. Det er vigtigt at understrege og erkende, at professionelle samarbejdspartnere netop er samarbejdspartnere og IKKE venner, at de – helt legitimt – ikke nødvendigvis har de samme dagsordner som kunstneren, selvom de har samme mål.

Afstem forventninger

Når et band eller solist bevæger sig fra at være amatører mod en professionel karriere med kommercielle samarbejdspartnere, er der pludselig andre facetter af musikerlivet, der bliver vigtige. Det er ikke længere tilstrækkeligt bare at have det sjovt med vennerne og komme ud at spille nogle koncerter. En professionalisering er nødvendig. Forventningsafstemning er grundstenen i det gode samarbejde. Det gælder både ift. til eksterne samarbejdspartnere og internt i bandet eller i kunstnerens team. Det lyder indlysende og banalt, men Bandakademiets erfaringer er, at mange frustrationer og konflikter kunne være undgået, hvis parterne havde brugt den nødvendige tid på konkret forventningsafstemning.

"Det gjorde rigtig meget for os med intern forventnings-afstemning. Bare det at lave en bandkontrakt ville vi ikke have tænkt på." – Ravi Kuma.

Den interne forventningsafstemning handler i korte træk om at kortlægge bandet eller solistens kompetencer, om at afklare, om hver enkelt og hele holdet er med på rejsen med samme ambitioner og indstilling. Det handler om organisering, om arbejdsdeling på 'holdet' og om intern kommunikation i bandet eller mellem solisten og eksterne samarbejdspartnere mv.

Forventningsafstemning med kommercielle samarbejdspartnere (pladeselskaber, booking-agenter, management mv.) handler om det, der ligger uden for den kontrakt, som er den juridiske aftale. Det er en afstemning af, hvad kunstneren kan forvente af samarbejdspartneren og omvendt ift. opgaver, arbejdstid, tilgængelighed mv.

Husk uvildig og professionel rådgivning

Hvis Bandakademiet kun måtte give et eneste råd, skulle det være dette: Skriv aldrig under på en aftale uden uvildig og økonomisk uafhængig rådgivning fra en professionel – som ikke er din potentielle samarbejdspartner, et familiemedlem, en af dine venner eller bekendte, medmindre vedkommende har dybt og professionelt kendskab til musikbranchen og til kontrakter.

Generelt skal man være medlem af musikfagforeninger som Dansk Musikerforbund (DMF) og Dansk Artistforbund (DAF) eller af en af musikorganisationerne DPA eller AUTOR for at få uvildig juridisk rådgivning om kontrakter. Koda kan i et vist omfang rådgive i forbindelse med ophavsret, rettigheder, kreditering og forlagskontrakter. Hvis man ikke er medlem af en fagforening eller musikorganisationer, kan den frivillige forening Kunstnernes Rets Hjælp rådgive, når kunstnere løber ind i juridiske problemer i forbindelse med deres arbejde.

Rådet om uvildig rådgivning gælder mere og andet end juridiske rådgivning om en konkret kontrakt. Det gælder også en bredere karriererådgivning og sparring. Mange af de kunstnere, Bandakademiet arbejder med, er ikke medlem af hverken fagforening eller musikorganisation, og så er mulighederne for uafhængig rådgivning begrænsede.

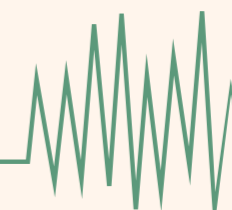
Der findes uafhængige brancherådgivere, som mod et honorar kan tilbyde karriererådgivning. Rådgivning fra parter, som kunstneren gerne vil samarbejde med, eller som potentielt kunne have interesse i at samarbejde med kunstneren, skal man bruge med omtanke.

Pas på det mentale helbred

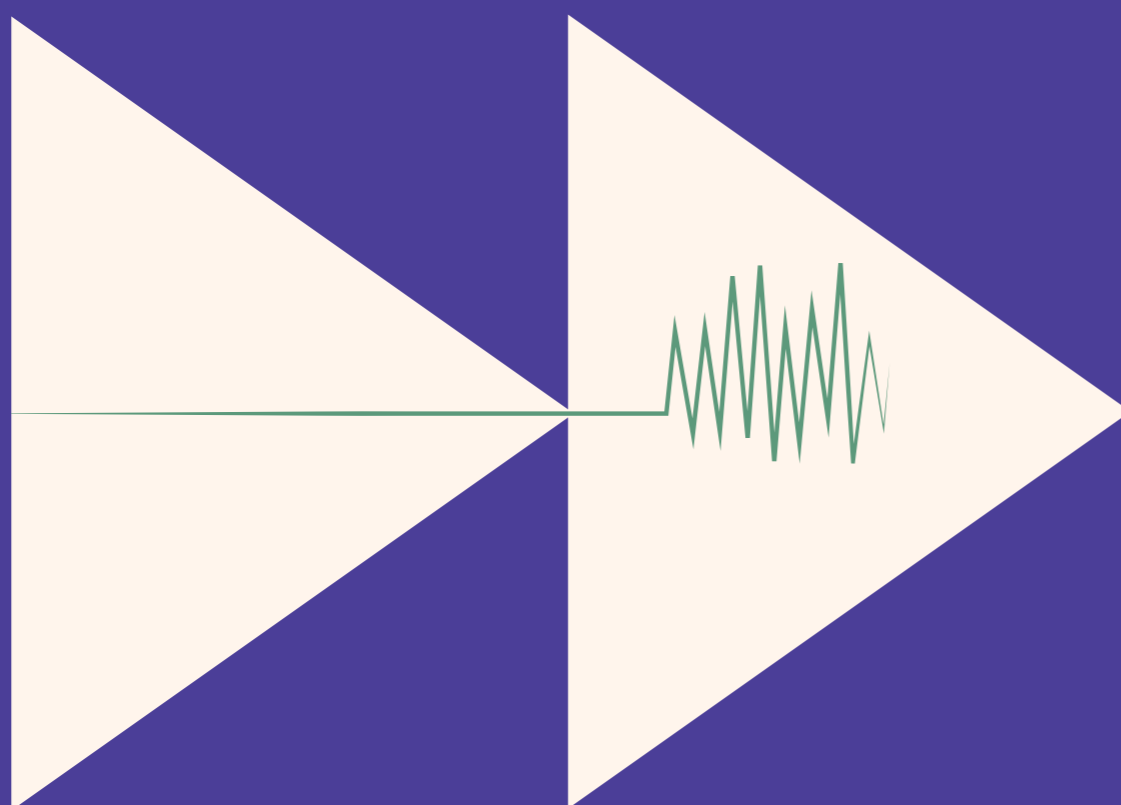
Bandakademiet oplever mange skrøbelige og følsomme kunstnere og musikskabere, og vi vil gerne vove den påstand, at andelen af psykisk sårbare personer er større inden for musikverdenen end i samfundet generelt. Psykisk sårbarhed kombineret med et konkurrencepræget udskilningsløb, som musikbranchen er, kan være en farlig cocktail, og ikke alle i branchen er opmærksomme på eller ved, hvordan man tager hensyn til dette.

De sidste par år ser det dog ud til, at der er kommet større fokus på området. Både fra nye organisationer og på seminarer med fokus på den mentale trivsel i branchen samt fra de efterhånden mange vidnesbyrd fra kunstnere, der åbent fortæller om deres mentale udfordringer. Det har betydet små ændringer i både holdning og praksis, siden udfordringen er kommet på dagsordenen over de seneste år.

Mental sårbarhed kan medføre store både personlige og forretningsmæssige konsekvenser, hvis ikke det håndteres rigtigt og i tide af både kunstnere og deres samarbejdspartnere. Ofte er det også kunstnerne selv, der drives ud, hvor de ikke kan bunde pga. det pres, de lægger på sig selv. Derfor er det Bandakademiets anbefaling, at alle, der arbejder med nye talenter, i højere grad tilknytter personer med den rette faglighed inden for psykisk trivsel og mentalitetstræning, så man også på dette punkt får gode vaner med sig ind i branchen. Ligesom der skal være fokus på den fysiske sundhed for at kunne performe, bør der også være det på den psykiske.



Afslutning



”Der er relativt få veje ind i den professionelle musikbranche, som ikke er igennem nogle af de store, kommercielle musikselskaber. Hvis vi skal sikre en mere uafhængig og mangfoldig musikbranche i Danmark, så skal der flere uafhængige spillere på banen til at hjælpe talenterne på vej. Bandakademiet er i mine øjne et supergodt alternativ og supplement til den etablerede, kommercielle musikbranche. De har igennem mange år bevist, at de kan løfte talenter ind i den professionelle musikbranche. Jeg håber, de i fremtiden får mulighed for at hjælpe endnu flere” – Anna Lidell, forperson, AUTOR.

Bandakademiet har en unik position inden for talent- og karriereudviklingsområdet i Danmark – inden for de populærmusikalske genrer. Vi har akkumuleret en enorm erfaring, vores resultater er gode, vi har opbygget et solidt og godt ry, et enormt netværk og er gode til at samle samarbejdspartnere omkring os og vores arbejde. Og som det allervigtigste fortæller vores kunstnere, at vi har gjort en forskel for dem i deres musikalske udvikling og karriere. Det er det største adelsmærke, vi kan få.

Målgruppen er vigtigt

Det er oftest talenter på vej ind i branchen og mod en professionel karriere, der har det største behov for værktøjer, for rådgivning og vejledning, og samtidig er det det tidspunkt i karrieren, hvor deres økonomiske råderum er mindst og forsigtigheden ift. at investere i en usikker fremtid som kunstner størst. Det er samtidig den målgruppe, Bandakademiet har flere erfaringer og størst succes med at hjælpe, og hvor de største konkrete resultater skabes.

Fokus på både kunst og forretning

En de sværeste balancegange, de kunstnere, vi arbejder med, bevæger sig i, er balancen mellem kunst og forretning – og det er netop også denne vigtige øvelse, der skal lykkes, for at en kunstner finder en bæredygtig karrierevej. Det er noget af det, Bandakademiets indsats handler om, og som vi i rapporten er med til at understrege, at vi er lykkedes med.

360-graders tilgang i tretrinraket virker

Bandakademiet har haft mest succes, når vi arbejder hele vejen rundt om kunstneren i en 360-graderstilgang, hvor vi fokuserer på både det kunstneriske (hvordan det lyder), det

forretningsmæssige (hvordan man tjener penge) samt på det mentale (hvordan man passer bedst på sig selv undervejs).

Hovedparten af kunstnerne i Bandakademiets forløb har oplevet, de har sprunget flere år over i deres udvikling, har undgået de værste bump og fejltagelser på vejen, er blevet klædt bedre på til at navigere i branchen, er blevet fagligt dygtigere og har fået et brugbart og aktivt netværk.

Uafhængig medspiller og modspiller

Bandakademiet har en vigtig position og et arbejdsfelt, der placerer sig mellem talentmassen i 'øvelokalet' og den etablerede musikbranche og dets virksomheder. På en og samme tid både modspiller og medspiller til musikbranchen. Både kunstnere og branche peger på, at det er vigtigt med en aktør som Bandakademiet, der er med til at professionalisere artisten uden at have økonomiske eller kunstneriske interesser i artisten. Det er i sidste ende en fordel for samarbejdet mellem kunstner og musikbranche, fordi talenterne igennem forløbet i Bandakademiet får kendskab til branchen og dets aktører og en større viden om, hvad man som kunstner kan forvente af samarbejdet med kommercielle samarbejdspartnere.

Behovet for talentudvikling er stort

Behovet for systematisk og uafhængig talent- og karriereudvikling for kunstnere i overgangen mellem amatør og professionel har i Bandakademiets optik aldrig været større. Talentmassen er stor. Og det er et stort arbejde for nye, ambitiøse kunstnere at navigere i det, mange af dem oplever som en 'ugennemsigtig' branche, herunder at finde den rette samarbejdspartner eller finde 'en anden vej' mod en bæredygtig karriere – uden store samarbejdspartnere i ryggen.

Bandakademiets arbejde med at klæde nye talenter bedre på kunstnerisk, kommercielt og mentalt er medvirkende til at skabe et grundlag for en bedre forventningsafstemning i forholdet mellem de nye kunstnere og musikbranchen. Evalueringer og undersøgelser af Bandakademiets aktiviteter peger i retning af, at det virker, og sandsynligheden er stor for, at forventningsafstemning og afklarede aftaler og vilkår vil føre til bedre forløb og en bedre forretning.

Bandakademiet hævder ikke at være det eneste initiativ, der kan forløse potentialet i det stærke udgangspunkt omkring talentmassen i musikbranchen. Men Bandakademiet koncept, der på samme tid styrker arbejdet med det kunstneriske udtryk, en forståelse for musikbranchens kommercielle forhold og arbejdet med en mental forberedelse af de personlige, sociale og kønsspecifikke forhold i branchen, viser en vej, som akademiet gerne vil udvikle og udfolde til gavn for flere af nye danske kunstnere.

86 pct. af respondenterne i undersøgelsen fra 2022 vurderer, at Bandakademiet, og den talentudvikling og rådgivning Bandakademiet tilbyder, fortsat har betydning for unge, talentfulde kunstnere og musikere i dag.

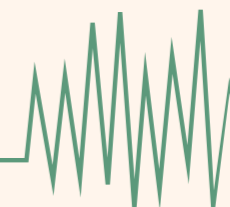
Fremtiden

Professionel talent- og karriereudvikling er ikke et elitært spor, der gavner de få. Det er talentudvikling, der i Bandakademiets vurdering gavner hele det nationale musikliv, og derfor ønsker vi i fremtiden, at vejen til Bandakademiets forløb udvides med flere spor. Der skal med andre ord være **flere veje ind** til Bandakademiet end det nuværende 'nåleøje', der hedder KarriereKanonen, som fortsat er et vigtigt initiativ og samarbejde, som er relevant at holde fast i. Målgruppen skal udvides. De talenter, der finder vej igennem KarriereKanonen, er oftest solister og med et output, der retter sig mod P3-segmentet. Bandakademiet ønsker at iværksætte særlige forløb – baseret på Bandakademiets metode og erfaring – som måske kræver et anderledes netværk, en anden mental tilgang og rekrutteringsmetode. Det kan være karriereforløb for kvinder. Det kan være talenter fra de urbane musikmiljøer. Det kan være talenter inden for flere musikalske og kunstneriske udtryk. Det kan også være en særlig målrettet rekruttering og indsats mod bands, som stadig er mange musikeres karriereplatform, og hvor der fortsat er et stort behov for rådgivning og udvikling, men som vi ikke møder igennem KarriereKanonen.

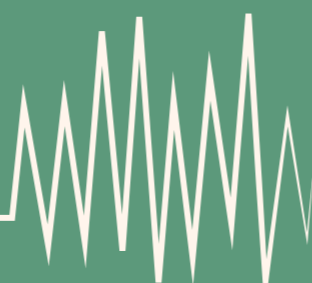
På tværs af Danmark - i samarbejde om at løfte

Bandakademiet ønsker i endnu højere grad at blive et landsdækkende initiativ og tilbud. Det kan være vanskeligt at følge et **forløb på Sjælland, hvis man bor i Frederikshavn** – og lige nu er de fleste af de talentfulde kunstnere, Bandakademiet arbejder med, bosat på Sjælland eller bruger mange penge, de ikke har, på at flytte sig fra deres bopæl. Det er vigtigt at understøtte talentarbejdet i hele Danmark så de nye kunstnere, der ønsker det, kan arbejde mod en professionel karriere, selvom de bor langt fra hovedstaden. Bandakademiet forestiller sig f.eks. at etablere en række regionale hubs, hvor vi i samarbejde med lokale og regionale organisationer, og virksomheder løfter talenterne i Bandakademiets målgruppe.

Bandakademiet har altid sat en ære i at samarbejde bredt på tværs af musikbranchen og 'forbinde' sig med samarbejdspartnere til gavn for talenterne. Det skal styrkes i fremtiden, så vi på tværs af institutioner og geografi sammen kan løfte talenterne – til gavn for et **mangfoldigt musikliv i Danmark**.



Cases



Patina

- Strategien bag **Flammer Rammer** og at se sit band som en kreativ virksomhed

PATINA VISION 2024

I 2024 er PATINA Danmarks bedste liveband med koncerter i hele Danmark på små og store venues og festivaler, kendt for at have et unikt liveshow og særlig energi - stadig med tre trommeslagere som frontmænd. Samtidig har bandet opnået status som ét af Danmarks mest folkelige bands i form af stramme udgivelser, skarpe interviews og musikalske samarbejdspartnere i ind- og udland. Lyden er helt unik og nytænkende - organisk, legende og med kant. Sangene er historiefortællende, sanselige og poetiske. De er skrevet med udgangspunkt i Tom Kristensens sanselige beskrivelser af livet og dets omgivelser, Michael Strunges rå, blodige råb og C.V. Jørgensens dagligdagsfortællinger om hr. og fru Danmark. Der er sange, der kritiserer samfundet. Der er sange, der provokerer mennesket. Der er sange, der er kærlige, og der er sange, der er blodige. Genren er overordnet indie-pop/rock, og bandet er ikke bange for at gå i shoegaze/punk-pop/world/eklektiske-veje.

- Fra visionsøvelse med Bandakademiet i 2019

Indledning

"Bandakademiets rådgivere lærte os, hvordan man skaber den bedste færdige pakke som udøvende kunstnere. De lærte, hvordan planlægning, struktur og strategi hænger sammen. Og de lærte os, hvor vigtigt det er at have en flaske champagne liggende, så man kan fejre de gode nyheder, når de dukker op – særligt i disse vanskelige tider." – Patina.

I kapitlet beskrives, hvordan Bandakademiet arbejdede med bandet Patina, vinder af KarriereKanonen 2019, i et individuelt karriererådgivnings- og iværksætterforløb. Fokus var bl.a. at hjælpe gruppen med at blive bevidste om og arbejde med bandet 'Patina' som en kreativ virksomhed samt at arbejde på en udgivelses- og markedsføringsstrategi omkring singlen 'Flammer Rammer.' Det var en strategi, som gav pote. Udgangspunktet var en (god) sang, der var tæt på at blive opgivet af bandet, men endte som både P3's Uundgåelige og årets mest spillede sang på kanalen i 2020 og ikke mindst blev en døråbner – en slags kunstnerisk og kommercielt visitkort – for bandet. Casen beskriver, hvad Bandakademiets rolle betød ift. rådgivning, forventningsafstemning, valg, strategi for at få dette til at lykkes.

"Uden Bandakademiet havde vi hverken satset på at genudgive 'Flammer Rammer' i et nyt mix eller haft de nødvendige redskaber til at udvikle os som udøvende kunstnere med fokus på både kunstneriske og projektorienterede visioner." – Patina.

"Forløbet omkring 'Flammer Rammer' er et glimrende eksempel på Bandakademiets arbejde og metodiske tilgang. Her er et nummer, som vi (P3) nok ville dræbe før tid, hvis vi bare spillede det, som det var. Det var afgørende for sangens liv, at den blev åbnet op igen for at kunne ende et bedre sted."

- Mathias Buch Jensen, musikansvarlig, DR P3.

Hvem

Patina er en gruppe bestående af de tre trommeslagere, sangere og sangskrivere Søren Bastrup Bojsen, Mads Skov Hansen og Gregers Møller Jensen. De synger og spiller trommer og perkussion på skift og driver sammen virksomheden bag Patina, herunder management, produktion m.m. Gruppen består desuden af fire faste live- og studiemusikere og har et fast tilknyttet hold af teknikere og samarbejdspartnere. Genudgivelse af 'Flammer Rammer' blev bandets spydspids og åbnede mange døre. Publikum i hele Danmark lærte bandet at kende. De udgav i 2021 debutalbummet "Drømmefanger", hvor de fik opbygget en endnu større fanskare gennem 63 koncerter i hele landet. Op til Festivalssommeren 2022 udgav Patina den mere udfordrende plade GENSTART og slog fast, at de vil være et af Danmarks bedste livebands rundt på festivalscenerne i landet. Gruppen definerer sig selv som professionelle musikere og svarer i interviewet til rapporten her, at musikken er deres primære indtægt. Virksomheden Patina omsatte i 2021 for 2.013.158, og de forventer ca. samme omsætning i 2022.

Baggrund

I 2019 vandt Patina KarriereKanonen. De havde på dette tidspunkt været igennem de to første faser af Bandakademiets talentudviklingsforløb i KarriereKanonen (Tretrinsraketten) og blev nu i forløbets trin tre tilbudt et skræddersyet karriererådgivnings- og iværksætterforløb. Den første del af indsatsen i fase tre handlede om at arbejde med mål og visioner, at definere styrker og svagheder og overveje forskellige strategiske tiltag for bandet m.m.

Bandakademiet inviterede først Patina til en række visionsøvelser, målafklaringer og øvelser omkring styrker, svagheder, drømme, ambition, netværk m.m. og kunne efter noget tid præsentere et samlet dokument, som både rummede alt, bandet i fællesskab var nået frem til, og Bandakademiets anbefalinger. Herefter var det op til Patina at forholde sig til oplægget og i sidste ende sige ja eller nej tak til Bandakademiets tilbud om individuel rådgivning og sparring.

Udfordringer og behov

Alle tilbud i Bandakademiet er frivillige, hvilket gør, at den enkelte kunstner skal vælge tilbud og strategiske tiltag til eller fra, herunder rådgivere, coaches osv. I dette tilfælde udbad bandet sig betænkningstid ift. Bandakademiets oplæg, før de takkede et fuldtone ja. Der blev, som det er blevet fast praksis i Bandakademiet,²¹ brugt tid på grundig introduktion af rådgiver, tilgang til samarbejdet, tanker om strategi og ikke mindst på forventningsafstemning. Opsummeret var der behov for:

- 1. at etablere gensidig tillid og tiltro til det anbefalede forløb, tiltag, mentorer, rådgivere m.m.**
- 2. at lave en grundig forventningsafstemning omkring arbejdsformer, fortrolighed, roller, proces - sikre, at bandet blev hørt og forstået og kendte rammerne for samarbejdet, og hvordan det ville kunne afbrydes, hvis nødvendigt m.m.**

Indsatsområder

Der blev defineret to overordnede indsatsområder for bandets karriere i forbindelse med Bandakademiets individuelle rådgivnings- og iværksætterforløb:

Bandet som kreativ virksomhed

- at etablere og drive en bæredygtig kreativ virksomhed som skabende og udøvende kunstner – med andre ord: at se sit band som en kreativ virksomhed.

Udgivelses- og markedsføringsstrategi

- at identificere og etablere den bedste 'udgivelses- og markedsføringsstrategi' for og med bandet.

Desuden modtog bandet hjælp og sparring på en række andre områder, som vi har valgt ikke at beskrive i nærværende case. Se faktaboks.

²¹. Læs Katinkas case for årsagen til den ændrede praksis.

Patina:

Konkrete ydelser i Bandakademiets forløb

- Sparrings- og rådgivningstimer inkl. feedback på koncerter, visions- og strategiøvelser med Bandakademiets rådgivere²²
- Sparrings- og rådgivningstimer samt deltagelse i dialog og forhandling med diverse potentielle samarbejdspartnere og interessenter med Bandakademiets rådgiver²³
- Betaling af nyt mix/master af sangen 'Flammer Rammer'
- Betaling af omkostninger til såkaldt produktionsøver, hvor bandet testede og afprøvede teknik og lyd i forbindelse med fremtidige koncerter
- Pressetræning med Bandakademiets kommunikationsrådgiver²⁴.

Bandet som kreativ virksomhed

- Udfordringen

Patina var en gruppe med tre frontpersoner, der på samme tid var fælles om både det skabende og om forretningen Patina. De stod uden manager eller pladeselskab, men med et stort hold omkring sig af live- og studiemusikere og med store ambitioner for fremtiden:

"Når man sidder som gruppe, kan det være svært at få det hele til at gå op i en højere enhed. Bandakademiet fik det helt ned på jorden og gjorde det overskueligt at få til at lykkes." – Gregers, Patina.

Anbefalingen fra Bandakademiet og beslutningen fra bandet blev at arbejde målrettet med 'at etablere og drive en bæredygtig kreativ virksomhed som skabende og udøvende kunstnere' – med andre ord: 'at se sit band som en kreativ virksomhed.

"Det starter med de interne ting," siger Anders Büchert, som er booking agent for Patina, når han til rapporten her bliver spurgt til, hvilken forskel Bandakademiet har gjort ift. Patina, og fortsætter: "At man går ind i materien af, hvad det vil sige at være band, artist, drive en virksomhed. Der er mange, der ikke betragter deres karriere for, hvad det i virkeligheden er, nemlig at de er direktører i deres egen virksomhed." Og netop det blev omdrejningspunktet i den følgende periode.

Hvad gjorde vi

- At se sit band som en kreativ virksomhed

I en periode på ca. ni måneder mødtes Bandakademiets rådgiver jævnligt med bandet til sparringssessions med udgangspunkt i temaet: Hvordan begynder man at se og drive sit band som en kunstnerisk virksomhed? I disse sessions blev spørgsmål som balance mellem kunst

og forretning, arbejdsfordeling, økonomi, jura, revision, men også ledelsesfilosofi berørt – både teoretisk og helt konkret med tips og tricks. Tilgangen i arbejde var, at bandet skulle prøve det hele af i praksis indtil næste rådgivningssession, hvor bandet kunne reflektere over deres erfaring – både med de andre i bandet, men også med Bandakademiets rådgiver. På denne måde blev bandet mere og mere selvkørende i både at betragte og drive deres band som en kreativ virksomhed.

Bandet siger selv:

"Jeg har tit tænkt på ledelsesrådgivningen; det har været altafgørende for mig, og vi har alle tre taget det op og brugt det igen og igen. Det har været altafgørende. Alternativt var, at en af os måske bare var brændt helt ud. Eller det var gået op i hat og briller." – Søren, Patina.

"Ingen har lyst til at være chef, men at være gøre sig fortjent til at være leder. Vi har lært at sætte os ud over os selv og fokusere på projektet – og at se at se projektet som en virksomhed. Hvis ikke vi var blevet gjort opmærksom på det, var det nok gået skævt. Det kræver perspektiv." – Gregers, Patina.

En stor del af arbejdet med bandet har desuden handlet om, hvordan man skaber motivation og god arbejdskultur som et hold, der består af mange fast og løst tilknyttede medlemmer. Patina testede mange forskellige måder til at skabe holdånd og fællesskab i 'virksomheden'. Det bestod bl.a. af systemer for intern kommunikation, fødselsdagsgaver til samarbejdspartnere, fejring af succeser osv.

"Vi havde heller ikke vidst, hvor vigtigt det er at fejre selv de små ting – vi har endda sat budget af til bobler. Selvom det er lille ting." – Mads, Patina.

Også bandets samarbejdspartnere har oplevet et band, som var godt organiseret, da de begyndte at arbejde sammen med dem:

"Det virkede, som om Patina var afstemte omkring, hvem der gjorde hvad i bandet efter forløbet med Bandakademiet. De har, så vidt jeg ved, holdt fast i den rollefordeling siden. Det er stærkt." – Søren Juncker, Patinas A&R, No3/disco:wax.

"Rådgivningssamtalerne har givet sindssygt meget ift., hvordan de skal tænke projektet Patina. Det har en stor betydning for, hvorfor de er kommet så godt fra land og har hængt i senere." – Anders Büchert, partner, agent i Velour.

Efter en periode med Bandakademiets fremgangsmåde, som bandet beskriver sådan her: '1) Tips til hvordan du kan gøre noget, 2) Gør det selv!' var bandet i stand til at håndtere deres band som en kreativ virksomhed – og den del af forløbet kunne afsluttes.

22. Marianne Fruergaard, Johannes Dybkjær Andersson, Kristian Koch m.fl.

23. Johannes Dybkjær Andersson

24. Danni Travn

'Flammer Rammer': Udgivelses- og markedsføringsstrategi - udfordringen

I starten af 2020 blev sangen 'Flammer Rammer' med Patina P3's Uundgåelige, og ved udgangen af samme år var det kanalens mest spillede sang. Samtidig fungerede sangen som et effektivt visitkort og varemærke for bandet og en faktor, som udgjorde en markant del af fundamentet for deres karriere. Men tilbage i 2019, hvor bandet lige havde vundet KarriereKanonen og fik tilbudt et individuelt karriererådgivnings- og iværksætterforløb i Bandakademiet, havde bandet allerede udgivet sangen. Bandet var, som de fleste kunstnere, af den opfattelse, at når en sang først er udgivet, så har den fået sin chance, og man skal udgive en ny for at fastholde momentum og komme videre i karrieren. Det var altså ikke en strategi, der lå lige for, da Bandakademiet foreslog bandet at genudgive 'Flammer Rammer' i en ny version og bruge udgivelsen som den gennemgående 'driver' i bandets 'go to market-strategi'. Der var derfor en naturlig og sund modstand og skepsis fra bandets side – både ift. ideen, og om Bandakademiet var de rigtige samarbejdspartnere ift. at løse opgaven.

"Hvordan kommer vi hen til at have en sang, som er bedre end udgangspunktet? Hvordan finder vi de rigtige samarbejdspartnere, vinder bandets tillid og tålmodighed samtidig med at have adgang til de rigtige ift. at få det til at lykkes? Den proces indkapsler rigtig mange af de ting, Bandakademiet arbejder med samlet i én proces. Med et band, som gerne ville hurtigt afsted. Med Bandakademiets hjælp turde de tage en runde til ... og en til. Bandakademiet er gode til forventningsafstemning – ærligt og med åbenhed. De er i stand til at tale åbent i en god dialog – både med kunstnere og med interessenter udenom. Det er mindst lige så vigtig en del af processen." – Mathias Buch Jensen, musikansvarlig, DR P3.

Bandakademiets opgave var således:

- **at sandsynliggøre udfaldet af forskellige scenarier og at overbevise bandet om at turde træffe et valg og investere i at forfølge strategien.**
- **at væbne bandet med tålmodighed samt give dem nok input og blod på tanden til at kunne drive værket og holde gejsten oppe (hjælp til selvhjælp).**
- **at bidrage til ny/videreudvikling af produkt - konkret investering og kreativ sparring.**
- **at hjælpe med at udvikle og udrulle en kampagne - konkret investering og sparring.**

Hvad gjorde vi - Udgivelses- og markedsføringsstrategi for 'Flammer Rammer'

Anbefalingen ift. 'udgivelses- og markedsføringsstrategien' var en målrettet og længerevarende indsats bygget om omkring singlen 'Flammer Rammer'. Sangen var allerede ude, men analysen fra Bandakademiet var, at sangen ikke havde forløst sit fulde potentiale som single og som 'driver' for lancering af bandet over for 1) publikum, 2) potentielle samarbejdspartnere.

En sang er altid ny for dem, der hører den første gang

Bandakademiet arbejdede med Patina ud fra filosofien om, at en 'en sang altid er ny for dem, der hører den første gang', og med at hjælpe bandet med at indfri det potentiale, der lå i at gøre sangen til et hit i en endnu større skala, end det allerede var tilfældet. Det tog udgangspunkt i, at der allerede var uomtvistelige og målbare succeser forbundet med sangen – både redaktionelle, i og med at DR P6 Beat havde sangen i rotation, at sangen var blevet udvalgt i KarriereKanonen, og dermed at der også var interesse for sangen fra P3. Indsigten var, at hvis der blev udgivet en helt ny sang, ville det være svært at komme tilbage til 'Flammer-Rammer' og bygge videre på den. Hvis der omvendt blev bygget videre på – i Bandakademiets optik – den uforløste single 'Flammer Rammer', ville den kunne vokse på en måde, så bandet først skulle arbejde for sangen, og derefter ville sangen kunne arbejde for bandet. Der blev bl.a. trukket på erfaringer fra rådgivningsarbejdet med The Minds of 99 i 2013 omkring lanceringen – og genlanceringen – af 'Det er Knud som er Død' og arbejdet metodisk med, hvor mange gange – og på hvor mange forskellige måder – en lytter eller en musikbrancheinteressent skulle eksponeres for en sang i en given periode for at 1) blive opmærksom på sangen, 2) overveje at lytte til den, 3) aktivt vælge at lytte til den, 4) blive fan af sangen. Og derefter, hvordan dette kunne konverteres til interesse for bandet som sådan.

Konverteringen af interesse for sangen til interesse for bandet handlede i Patinas tilfælde i vid udstrækning om at skabe interesse for deres enorme liveaktivitet, som også var defineret som en af deres styrker og erklærede indsatsområder: "De ville være et af Danmarks bedste og mest vellidte liveband." Bandet fortæller:

"I forbindelse med genudgivelsen af 'Flammer Rammer' udarbejdede vi et dybdegående single-forløb i selskab med Bandakademiets rådgiver. Single-forløbet gik i dybden med udgivelsesstrategien af sangen og skulle hjælpe os med at besvare vigtige spørgsmål:

Hvorfor genudgiver vi sangen? Hvad er vores ambitioner med genudgivelsen? Hvilken mix-tekniker kan løfte de oprindelige spor til nye højder, og hvornår har vedkommende tid til det? Hvordan skriver vi den bedst mulige pitch-mail til radiostationerne? Hvilke aktiver har vi behov for i forbindelse med udgivelsen af singlen, og hvordan holder vi liv i sangen i længst mulig tid? Hvad kan vi gøre for at lede lytteren tilbage til sangen igen og igen?"

Tilgangen har her været, på samme måde som i arbejdet med at se og drive bandet som en kreativ virksomhed, en rådgivningssession over en længere periode ud fra devisen 'hjælp til selvhjælp.' Her var der dog en væsentlig tilføjelse, i og med at Bandakademiet ikke bare stillede med en rådgiver, men også investerede konkrete midler i en ny bearbejdning af sangen (mix og mastering) og sparring omkring selve produktet m.m.

"Forløbet om 'Flammer Rammer' startede i oktober 2019 og sluttede reelt set først i maj 2020: et enormt langt forløb, der var drænende, kompliceret og uoverskueligt, og hvor vi flere gange var ved at kaste håndklædet i ringen. Men Bandakademiet fastholdt vores fokus og troede benhårdt på, at vi nok skulle høste frugterne, hvis vi holdt fast i vores høje arbejdsmoral og fokus. Og de fik ret. Strategien gav pote.

Sangen blev P3's Uundgåelige i slutningen af januar 2020, og pludselig vidste pladebranchen, hvem vi var. Sangen fortsatte i rotation på selvsamme kanal hen over hele året, og i løbet af sommeren tog storebroderen P4 over. Da vi drog på vores første Danmarksturné i eget navn i efteråret, anede vi sangens lyrik på koncertgængernes mimende læber.

Til vores egen store forbløffelse blev 'Flammer Rammer' årets mest spillede sang på P3 i 2020. Et faktum, der gør, at vi er tæt på at revne af stolthed, selvom vores sydfynske gemyt normalvis får os til at krybe langs panelerne." – Patina.

Hvad er det særlige i denne case - og hvad kan vi lære?

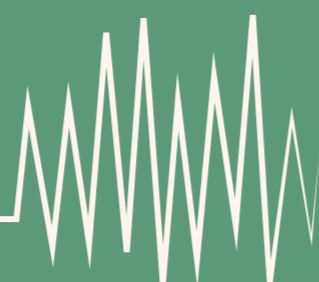
Noget af det væsentlige i Patina-casen er, at det nogle gange giver mening at zoome ind på et enkelt budskab og en enkelt indsats og arbejde i dybden med den – som her med udgivelses- og markedsføringsstrategien omkring 'Flammer Rammer'. Den viste sig at kunne betale sig over tid, og sangen ændrede karakter fra at være noget bandet arbejdede for til at være en sang, der arbejdede for bandet. Investeringen i sangen gav 'pay off' på mange fronter; en sang, publikum kunne synge med på, en sang, som kunne spilles på en større kanal end P6 Beat, en sang, som kunne kaldes et hit, en sang, som kunne blive P3's Uundgåelige, en sang, som endda kunne spilles på Danmarks største radiokanal P4, en sang, som gjorde pladeselskaber interesserede i kunstneren og resulterede i aftaleforslag, en sang, som gjorde det lettere at booke koncerter osv. osv. Det var med andre ord det lange seje træk med den store effekt.

En anden generellæring er arbejdet med, hvordan man ser sig selv og sit band som en kunstnerisk virksomhed. I casen Patina gik vi målrettet ind i både ledelses- og organisationsarbejdet samt i det strategiske og markedsføringsmæssige uden at miste blikket på det kunstneriske. Bandets oplevelse og Bandakademiets erfaring er, at sparringspartneren udefra, og vel at mærke sparringspartnere, som ikke har økonomiske interesser i bandet, men som forstår musikbranchens mekanismer, er helt afgørende at finde for at lykkes som band – og en utroligt svær opgave at lykkes med alene.

En læring for Bandakademiet er, at det er væsentligt at give en kunstner tid til og forudsætninger for at tilvælge en rådgiver. Det var væsentligt for processens succes, at det var kunstnerens eget aktive valg at kaste sig ud i det lange, seje træk, baseret på grundige overvejelse og en god forudgående proces med tillid og god forventningsafstemning.



PATINA, foto: Rita Kuhlmann



Case:

Katinka:

Når rådgivning skaber udfordringer

Indledning

I arbejdet med Katinka Band opstod der nogle udfordringer i form af et utrygt klima, mistillid og egeninteresser i arbejdet med en eksternt tilknyttet mentor/rådgiver, som bandet fik tilknyttet som en del af Bandakademiets forløb. Den individuelle rådgivning fra den eksterne mentor var en del af et større forløb, bandet var igennem som vindere af KarriereKanonen i 2015-2016, og hvor de generelt vurderer, at det meste af forløbet har gjort en stor og positiv forskel.

Mentoren var en dygtig brancheperson, som Bandakademiet havde fundet, briefet og vurderet var et godt match til at hjælpe bandet, men undervejs i forløbet blev mentoren efter aftale med bandet taget af opgaven i utide.

Casen her er et eksempel på, hvor Bandakademiets målsætning ikke lykkedes, og i kapitlet her stilles der skarpt på, hvad der gik galt, og hvad der gik godt i håndteringen, samt refleksion over, hvilken læring Bandakademiet kan trække ud af forløbet. Casen tydeliggør det ansvar en uafhængig rådgiver har ift. til unge talenter. På samme måde det ansvar Bandakademiet og lignende organisationer har ift. rekrutteringer, forventningsafstemning, evaluering og dialog, når man har ansvar for at matche talenter med rådgivere og samtidig vil sikre balance mellem uvildighed og kvalitet og relevans. Og ikke mindst det ansvar, man har for at gribe ind og rette op undervejs, hvis noget ikke fungerer i det, der skulle være et sikkert udviklingsrum.

Erfaringen og evalueringen har medført øget opmærksomhed og ændret praksis for brug af mentorer fra branchens musikvirksomheder, samtidig med der er mange andre faktorer, der spiller ind på den samlede praksis, hvilket aldrig kan basere sig på enkelte tilfælde.

Casebeskrivelsen bygger på et interview med Katinka Bjerregaard, bandets daværende agent og samarbejdspartner, Jesper Kemp, samt på en evaluering med Katinka og bandet i 2016.

Hvem

Katinka Band blev dannet af guitarist og producer Simon Ask og sanger og sangskriver Katinka Bjerregård og er nu en gruppe på fire musikere. De sendte sangen 'Rundt og Rundt' ind til KarriereKanonen, kom med i 2015, spillede på SPOT Festival og Smuk Fest, vandt og har siden bl.a. spillet på Roskilde Festival, Heartland, Kronprinsparrets Priser og vundet bl.a. en Steppeulven Pris og en Carl Pris. De har udgivet en lang række EP'er og albums og er kendte for sange som '2000 Meter I Frit Fald' og 'Vi Er Ikke Kønne Nok'.

Baggrund

Katinka Band blev som udvalgte i og vindere af KarriereKanonen tilbudt et forløb i Bandakademiet, hvor de både fik undervisning, sparring, coaching og mulighed for at prøve kræfter med forskellige discipliner som scenecoaching, presstræning, sangskrivningssession m.m. i et så kaldt 'sikkert værksted'. Det har ifølge evalueringen med bandet været en relevant palette på et fornuftigt niveau ift., hvor de var. I evalueringen foretaget med bandet og Bandakademiet formuleres det i 2016:

"Generelt oplever bandet, at de er blevet udviklet og har trænet på helt andre måder og med helt andre aktiviteter, end de ellers har været vant til eller har prøvet tidligere. Forløbet i KarriereKanonen var første gang, Katinka blev coachet og udfordret som band. Og det vurderer de har været godt og har klædt dem bedre på til at navigere i branchen. Det har professionaliseret dem og gjort dem mere bevidste og skarpe på, hvem de er, selvom det indimellem har været forvirrende med de mange forskellige holdninger til bandet og deres musik. De var særligt glade for scenecoaching, for presstræning og for Bandakademiets generelle rådgivning og feedback-møder. Også sangskrivningssessions, hvor bandmedlemmerne Katinka og Marie deltog, fungerede godt."

Katinka supplerer i interviewet foretaget i forbindelse med denne rapport:

"Jeg er glad for de praktiske ting, vi fik lært i forløbet, frem for 'learning by doing' i starten af vores karriere. Det var rart at være bare en lille smule forberedt. Ikke fordi vi ikke har lavet nogle dansefejl, men vi ville nok have lavet flere, hvis vi ikke havde haft Bandakademiet."

Hun beskriver, at de som band har fået noget godt ud af at blive tvunget til 'intern forventningsafstemning tidligt', hvordan det har været en fordel at få konkret hjælp til forhandling af deres første pladekontrakt og sparring ift. bl.a. kommunikation og sceneoptræden. Desuden beskriver hun en grundlæggende tryk ift. selve Bandakademiet både under forløbet og efter:

"På mange måder har jeg haft fornemmelsen af, at Bandakademiet havde min ryg. Har følt mig tryk, de holdt øje med bandet, vi blev ikke smidt på gulvet og glemt."

Her understreger hun desuden en central pointe ift. organisationens uafhængighed:

"Jeg ville ikke stole på Bandakademiet, hvis I var kommercielle."

Forløbets struktur

Forløbet var tilrettelagt ud med afsæt i Bandakademiets Tretrinsraket og metodiske Ready – Aim – Fire-tilgang. På denne måde blev bandet tilbudt en bred introduktion til forskellige dele af det, Bandakademiet vil klæde kunstnere på til; kendskab til branchen, aftaler, kommunikation, sangskrivning, sceneoptræden, intern forventningsafstemning osv. Dernæst en mulighed for at prøve kræfter med 'disciplinerne' i 'sikre værksteder' for til sidst at blive tilbudt et individuelt forløb med en tilknyttet mentor. I løbet af alle tre faser fik bandet jævnligt feedback og sparring fra Bandakademiets kerneteam, som også faciliterede en visions- og strategiproces omkring opstarten af fase tre, hvor målet var at hjælpe bandet til at finde den bedst mulige vej til at indfri deres potentiale til en god karriere for dem.

Udfordringen

Den centrale udfordring i forløbet med Katinka Band blev samarbejdet med Bandakademiets eksterne mentor, som i dette tilfælde var en ekstern, engageret kompetence fra musikbranchen med et defineret opdrag om både at rådgive og assistere med at gøre bandets karrieredrømme til virkelighed. Men modsat den oplevelse, de havde fået igennem det øvrige forløb i Bandakademiet – og det, de havde fået stillet i udsigt – blev de i tvivl om mentorens uvildighed og evt. økonomiske spekulation i at trække bandet – eller nogen af bandet – i en bestemt retning.

Et stykke ind i det individuelle forløb med den tilknyttede management-rådgiver/mentor kontakter Katinka Bandakademiet og fortæller, samarbejdet med vedkommende skaber utryghed og usikkerhed i bandet, og at de ved ikke, hvordan de skal håndtere situationen – og om de overhovedet MÅ afbryde samarbejdet med mentoren. I fællesskab når Bandakademiet og Katinka frem til, at det bedste er at afbryde samarbejdet med mentoren samme dag. Tilbage står nogle kunstnere, som har oplevet det modsatte af det, Bandakademiet ønskede at tilbyde, og nogle tydelige indikationer på en proces, som kræver grundig evaluering og justering.

Jesper Kemp, bandets daværende bookingagent, peger på et af de klare behov i forløbet:

"Her er det væsentligt, at Bandakademiet har løbende evalueringer med kunstneren for at minimere risiko for usund rådgivning eller misforståelser."

Katinka fortæller, hvordan hun oplevede en usikkerhed omkring mentorens mandat, når vedkommende netop var valgt og 'indsat' af Bandakademiet. Det betyder noget ift., hvilken indflydelse vedkommende kan og skal have ift. til en ung kunstner. Hun formulerer det sådan her:

"Bandakademiets valg af mentorer skaber en retning og magtbalance, som skal blødes op."

Katinka fortsætter ift. behov omkring rådgivning omkring branchen generelt:

"Jeg kunne godt have brugt en bedre rammesætning ift., at man vil møde en masse holdninger fra branche og samarbejds-partnere. Input ift. til 'I skal tage et valg om, hvilke råd I vil tage imod. Gør jer bevidst om, at man kan blive meget overvældet over mennesker, som ved en masse om musikbranchen. Og man skal holde fast i, at der er en grund til, at man er der, at man har talent, og at man holder fast i sin kerne.'"

Ikke alt har været negativt. Katinka tager bl.a. erfaringen om at lukke andre mennesker ind i sit arbejde med sig videre:

"Nu ved vi, hvordan det føles at få et andet menneske ind i sit virke – det er der meget dating i. Personen skal kunne forstå, hvad man vil. Det giver en anden tillid."

Jesper Kemp supplerer:

"Det blev indgået en aftale med et pladeselskab og afledt med et bookingbureau. De fik en erfaring med branchen på en lidt mere uheldig måde, men som jeg ikke mener er dårlig. Jeg synes ikke Bandakademiet skal være en pakke vat, for der er jo en virkelighed. Det kan blive for vattet, hvis man ikke møder de mange idioter, der er i branchen, men man skal lære at finde ud af det. Det har de fået en erfaring ud af."

Katinka fortæller videre:

"Vi blev skarpere af hele tiden at være bevidst om, hvilke historier vi gerne ville fortælle. Nu har vi faktisk skiftet navn til Katinka Band og har taget det med fra forløbet, at der skal være en lige linje i fortællingen. Men vi fik også et andet dårligt råd, nemlig at vi skulle finde en rød tråd i vores musik. Vi gik imod rådet og fik succes med vores debut. Det var en god øvelse at stole på sig selv. Det er vores projekt. Vi skal lære at skille råd, man kan bruge til noget, fra dem, man ikke kan bruge. Det skal man vænne sig til. Men det var fint nok at have en samtale med selve Bandakademiet om musik og ok at skulle forsvare sig lidt. Managementforløbet ville vi gerne have været foruden."

Opsamling og læring

Katinka samler op ift. hendes og deres take på, hvad Bandakademiet skal tage ved lære af i forløbet – og kunne give videre til kunstnere, som er med i fremtidige forløb:

"I et projekt om Bandakademiets forløb skal det italesættes tydeligere, at man vil få meget forskellig feedback, og at man ikke skal bruge det hele. Hav fokus på det mentale. Hvis man gerne vil leve af musik, kan man ikke lade andre beslutte det for en. Man skal selv have rart med det. Der er simpelthen ikke kun én vej. Og så hold fast i, at Bandakademiet er et sted, hvor man kan få sparring, men som ikke kan ikke skubbe nogen i radioen."

Det står tydeligt frem, at det er gavnligt for en kunstner at blive udfordret – også kritisk – men at rammerne for det skal være gode. Og at det sikre udviklingsrum ikke kommer af gode intentioner, men kræver grundig forberedelse og forventningsafstemning, og at der skal være fornuftige veje ud, hvis det alligevel ikke fungerer efter hensigten, eller matchet bare ikke er det rigtige.

Læring af forløbet: Ændret praksis i Bandakademiet

- Primær rådgiver/mentor er som udgangspunkt en fast mentor, som er fast tilknyttet til Bandakademiet, som har et dybt kendskab til Bandakademiet tilgang og metodik samt kunstnerens udgangspunkt og skal som princip ikke kunne have kommercielle interesser i kunstneren modsat tidligere, som i tilfældet med Katinka, hvor den tilknyttede management-rådgiver/mentor kunne spekulere i selv at tjene penge på kunstneren efter endt forløb. Dette princip har fordele og ulemper, som vi vil beskrive nedenfor.
- Altid second opinion ved forhandlinger, så det ikke er ens coach eller mentor, der er ens eneste rådgiver ved større forhandlinger.
- Løbende evalueringer og opfølgning med kunstner og div. coaches, mentorer m.m. undervejs.
- Tydeliggørelse af, at det er frivilligt, både om man vil tage imod tilbud fra Bandakademiet, hvilke man vil tage imod i løbet af et forløb, og hvilke emner man vil dele med en evt. coach eller mentor, og at man altid kan sige fra og nej tak – selv efter man har sagt ja tak. Og dette kan man altid gøre til en anden ansvarlig person end den coach eller mentor, man arbejder med.

- Tydelig italesættelse af, at alle råd kun er råd, som man er fri til at bruge eller lade være, og at man vil møde et hav af andre og ofte modsatte råd og holdninger igennem sin karriere.
- Tydeliggørelse af, at man altid kan kontakte Bandakademiets leder og evaluere, stille spørgsmål eller melde fra div. tilbud fra Bandakademiet, herunder den individuelle rådgivning.

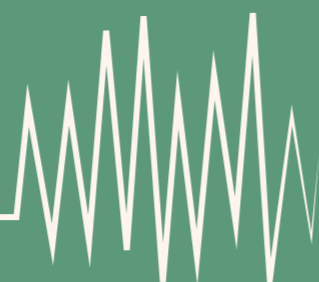
Katinka:

Konkrete ydelser i Bandakademiets forløb

- Sparrings- og rådgivningstimer inkl. feedback på koncerter, visions- og strategiovelser med Bandakademiet²⁵
- Sparrings- og rådgivningstimer samt deltagelse i dialog og forhandling med div. potentielle samarbejdspartnere – med eksternt tilknyttet rådgiver/mentor unavngiven
- Scenecoaching af Bandakademiets scenecoach²⁶
- Sangskrivningssparring med professionel sangskriver, som Bandakademiet hyrede ind
- Pressetræning med Bandakademiets kommunikationsrådgiver
- Revisionsrådgivning med eksternt musikrevisor.

25. Johannes Dybkjær Andersson, Marianne Fruergaard, Kristian Koch

26. Kristian Koch



Case:

The Minds of 99

- når talentudvikling og karriere-rådgivning kan hjælpe et band med til at sætte det rigtige hold, den rigtige vision, strategi, plan, kultur og forventningsafstemning

Indledning

I kapitlet beskrives, hvordan nogle af grundstenene til The Minds of 99's karriere blev lagt i forløbet med Bandakademiet, som de var en del af som udvalgte og senere vindere af KarriereKanonen i 2013. Her nogle af de tidlige visions-, strategi- og forventningsafstemningsøvelser, hvor bandet eksempelvis italesatte målet op at komme til at spille i Parken og arbejde målrettet med at etablere sig som et af landets stærkeste live-navne. Det beskrives, hvordan bandet igennem forløbet blev introduceret for afgørende samarbejdspartnere, som de stadig arbejder sammen med i dag, og hvordan de blev introduceret til branchen og rådgivet i en måde at se sig selv og navigere i branchen.

I casen bruges interviews med bandets manager og tidligere mentor for Bandakademiet, Ole Nørup (The Bank), bandets agent, Sarah Sølvsteen (Luger), Kreativ Direktør og Partner i bandets pladeselskab disco:wax/No3, Morten Vilhelm, Bandakademiets scenepformancecoach og bandets mangeårige samarbejdspartner Kristian Koch og uddrag fra evalueringer fra 2014 og statements fra bandet efter endt forløb i 2016-2017.

Hvem

The Minds of 99 i dag behøver ingen stor introduktion. På under 10 år er de blevet et af Danmarks største bands. De fem medlemmer har åbnet Orange Scene på Roskilde Festival, er kommet tilbage som hovednavn og har udsolgt Parken. De har vundet et hav af priser og står bag en lang række hits. I dag beskæftiger de, ud over bandet selv, og alt afhængigt af hvordan man regner på det, fem mennesker tæt på fuld tid inden for management, produktions- og pladeselskabsarbejde. De har et større tour crew på 14-40 personer. De har tilknyttet en booking agent, to produktionsmanagere og fem personer på deres pladeselskab. Dertil kommer de jobs og den økonomi, det genererer, når de sætter koncerter op som i Parken eller Royal Arena eller lignende. For at give et økonomisk eksempel: Til deres seneste arenaturné blev der solgt 70.000 billetter til en værdi af 34.500.000 kr.

Baggrund

I 2013 havde bandet ved lidt af en tilfældighed meldt sig til KarriereKanonen. Bandets bassist, Asger, havde sendt en sang ind til konkurrencen, uden at de andre i bandet vidste det. På dette tidspunkt var de seks medlemmer i bandet. Genremæssigt kunne det bredt betegnet beskrives som et rockband – en genre, som ikke var synderlig efterspurgt. Det havde bandet erfaret med singlen 'Det Er Knud Som Er Død', som bl.a. P3 havde afvist at spille, og ingen eller få selskaber havde vist interesse i at udgive, men som juryen i KarriereKanonen altså så et stort potentiale i. De kom nemlig med i og vandt Karrierekanon, hvilket gav afsæt for medieomtale, airplay og interesse fra koncertarrangører og musikbranchen. Og de fik i den forbindelse også tilbudt et forløb i Bandakademiet.

Bandakademiet mødte et band, som både have oplevet afvisninger og stor interesse på baggrund én og samme sang, og som i øvrigt på forskellig vis allerede inden The Minds of 99 havde erfaring inden for musikbranchen og de op- og nedture og forvirrende signaler, man uundgåeligt oplever i den verden. Den mest tydelige konsekvens af den erfaring, bandet tog med, var indstillingen til at få mest muligt ud af forløbet, og de gjorde, som Niels Brandt senere har formuleret til nye deltagere i KarriereKanonen omkring Bandakademiets tilbud: **'Bare sig ja!'**

Forløbets struktur, ydelser og indsatser

Forløbet var tilrettelagt ud fra Bandakademiets metodiske tilgang Ready – Aim – Fire, hvor bandet først blev introduceret for branchen i form af undervisning og oplæg, derefter fik mulighed for at prøve kræfter med eksempelvis interviews og scenecoaching i 'sikre værksteder', og til sidst fik de assistance og midler til en decideret 'go to market plan' og et individuelt rådgivningsforløb. Under hele forløbet modtog de sparring og feedback.

Branchen, og hvordan man kan navigere i den

I den første fase af forløbet med Bandakademiet blev bandet præsenteret for en række oplæg og flere undervisningssessions omkring musikbranchen, og hvordan man som kunstner kan ruste sig til en lang og bæredygtig karriere i musik ved at også at tage fat på de dele af musikerlivet, som man ikke i forvejen er god til, eller som ikke umiddelbart virker spændende. Bandet siger selv:

"Samarbejdet med Bandakademiet har været en ekstremt vigtig aktør i startskuddet for vores karriere. Når man som os får kickstartet sin karriere og nærmest snubler direkte fra øvelokalet og ud i rampelyset, er man ofte meget blåøjet over for den branche, man træder ind i, og de mekanismer, der gælder deri. Bandakademiet kan give bands sparring og vejledning inden for mange af de områder, man som musiker ofte kan være modvillig over for at arbejde med, men som er ekstremt nødvendige, hvis man vil overleve i branchen, økonomisk såvel som kreativt. Det være sig alt fra økonomi, sceneoptræden, promotion, strategisk planlægning, mv." – The Minds of 99 i et citat fra maj 2014.

Helhedstilgangen i Bandakademiets forløb gav mening for gruppen, og det at tage input og opgaverne seriøst blev kendetegnende for bandet, som hurtigt begyndte at arbejde med at fordele arbejdsopgaver imellem sig og reagere nysgerrigt på de nye tilgange, de blev

præsenteret for. Der var dog én indsats i Bandakademiets forløb, som i første omgang blev mødt med stor umiddelbar modstand, men som senere viste sig som et meget værdifuldt møde for The Minds of 99 – nemlig Bandakademiets sceneperformancecoach.

Bandakademiets Tretrinsraket

Den sunde skepsis fra en kunstner i et møde med en coach var tydelig, da The Minds of 99 mødte en person, der ville blande sig i deres udtryk på scenen. Bandakademiets sceneperformancecoach stod med en hurdle, der skulle overvindes, hvis bandets tillid skulle vindes. Her gav forløbets tretrins-opbygning mening, som scenecoachen Kristian Koch selv udtaler i et interview til denne rapport:

"Tretrinsraketten har virket utroligt godt ved først at skabe en forståelsesramme, så give feedback og først derefter så at lade dem opleve det på egen krop og gå til egentligt hands-on-arbejde. De skal lokkes ind som ål i en ruse."

I praksis tilrettelagde Bandakademiet altså et forløb, der først gav bandet en smagsprøve på tilgangen til live-performance. Efterfølgende fik bandet feedback på deres egen sceneoptræden, og først ved tredje møde havde de en egentlig session, hvor der var tale om en reel coaching, og hvor de stod på scenen med live-coach. Tilliden blev så at sige stille og roligt opbygget i takt med præsentationen af metoden. Og som vindere af KarriereKanonen – og dermed som deltagere i et længere forløb i Bandakademiet – fik de tilbudt et længere forløb med Bandakademiets scenecoach. Det sagde de ja til – efter først at have været meget skeptiske. Bandet og scenecoachen arbejder stadig sammen omkring alle store koncerter og turnéer.

En af grundstenene til at blive et af Danmarks bedste og største livebands

En sund skepsis og en grundig overvejelse og afprøvet metode på egen krop i et 'sikkert værksted', det gav indsatsen omkring sceneoptræde i Bandakademiets tretrins-forløb bandet mulighed for. Naturligvis kun mødt med den tilgang og attitude, bandet selv kom med. Men spørger man bandets manager, Ole Nørup, hvad en af de væsentligste ting, bandet fik med fra forløbet, er, svarer han følgende:

"Helt klart sceneoptræden – at man faktisk kan øve sig i det og blive bedre til det. Og det er fedt at kunne prøve af i et rum, hvor man ikke skal gøre det i virkeligheden. Det er svært for mange at forstå, at der er så meget at lære om, hvordan man kan komme ud til publikum." – Ole Nørup.

Så de blev introduceret, og de valgte det aktivt til og begyndte tidligt at forme en vision:

"Vi vil gerne lave et show, som man ikke ser så meget i DK. Det er vi blevet enige om. Bruge 'showman-greb,' performe, ikke 'indie-band-attitude'. Vi vil gerne se, hvor langt vi kan tage det. Når vi lader musikken og de musikalske detaljer falde i baggrunden, og vi koncentrerer os om noget andet – altså live-performance – så bliver vi endnu bedre til at spille. Det frisætter os. Vi bliver trygge i, hvad vi skal lave på scenen." – The Minds of 99, fra en visions- og udviklingssession med Bandakademiet ultimo 2013.

Grundstenene til at blive et af største bands i Danmark i det hele taget - vision - plan - forventningsafstemning

"Bandets vision og langsigtede mål er at blive denne generations store band. Et navn, man om 50 år forbinder med musikken i 10'erne. Et band, som er lige så (aner)kendte i Herning som i København. Målet er at leve af musikken og at skabe en langtidsholdbar relation." – *The Minds of 99 fra en visions- og udviklings-session med Bandakademiet ultimo 2013.*

I kernen af Bandakademiets arbejde ligger visionsarbejde og arbejdet med, hvordan det bliver oversat til konkrete planer og indsatser, som en kunstner kan se sig selv i, og som Bandakademiet kan understøtte. En af de helt centrale indsatser i forløbet med The Minds of 99 var at arbejde med visionen for bandet, gøre det muligt for medlemmerne at se det for sig og drømme sammen og finde en fælles retning. Det var afgørende at sørge for, at det netop blev til en FÆLLES VISION, og derfra arbejde med at gøre det til en FÆLLES PLAN. Derfor blev bandet inviteret til en lang række visions- og strategisessions med dette fokus, og hvor forventningsafstemningen bandmedlemmerne imellem også var højt på agendaen. Ole Nørup, som er bandets manager i dag, siger i et interview i forbindelse med denne rapport:

"Uden Bandakademiet ville de ikke have været omkring intern forventningsafstemning - ikke lige med det samme i hvert fald. Og de har være sindssygt glade for at få faciliteret det rum for at få talt om de her ting så tidligt."

På baggrund af grundige sessions om vision, strategi, planlægning og intern forventningsafstemning, som både rakte langt ud i fremtiden og blev meget konkrete, var det muligt for Bandakademiet og bandet at definere nogle mål og retninger ift. den fortsatte indsats i Bandakademiets forløb. Det stod klart, at bandet gerne ville arbejde på at blive 'Danmarks bedste liveband,' – og at de havde et erklæret mål allerede den gang om en dag at ville spille i Parken – så indsatsen med Bandakademiets scenepformancecoach var en stor prioritet. Desuden var det en prioritet at arbejde med bandets historiefortælling. Det blev også en del af forløbet i Bandakademiet. Det var ligeledes en anbefaling fra Bandakademiet at bygge en ny lancerings- og udgivelsesstrategi op omkring singlen 'Det Er Knud Som Er Død.' Det lykkedes bandet med sparring omkring strategi og med specifik investering i nyt mix og master fra Bandakademiet – i samarbejde med deres nye team – at få den single, som tidligere var blevet afvist af DR P3, til først at blive den mest spillede sang på DR P6 Beat og året efter P3's Uundgåelige og deres gennembrudssingle, som stadig er på sætlisten, når bandet spiller Orange Scene, Bøgescenerne, Royal Arena eller i Parken.

Visionen for arbejdskulturen, samarbejdet og teamet

Noget af det allervigtigste for bandet, var, at de ville være et stærkt team – både internt på holdet og med de bedste samarbejdspartnere – for at kunne nå alle de mål, bandet havde drømt om og formuleret sammen i visionsarbejdet med Bandakademiet. Det blev besluttet, at de skulle have en mentor i form af Bandakademiets karriererådgiver Johannes

Dybkjær Andersson, som ud over at være en del af den almindelige sparring, visionsøvelser, feedback osv. også skulle arbejde med bandet omkring individuelle forhandlinger og forventningsafstemninger med samarbejdspartnere. Det kom han også til, men afbrudt af en sygdomsperiode, og her blev der rakt ud til en anden og afgørende rådgiver, som senere blev bandets manager.

Teamet, som The Minds of 99 stadig arbejder med i dag

"Uden Bandakademiet var Ole Nørup ikke kommet på – så ville bandet måske stadig eksistere, men nok lave mindre kommerciel musik for et mindre publikum. Fra starten ville de kunne spille mærkelige steder, men samtidigt ville de gerne 'stå på alle tankstationer i landet'. Det sidste ville have været svært uden det rigtige hold." – *Sarah Sølvsteen, director, agent i Luger og bookingagent for The Minds of 99*

Bandakademiet tog opgaven omkring at tænke helhed og hjælpe The Minds of 99 med at blive et godt hold internt, få mødt, forventningsafstemt og forhandlet på plads med de rigtige mennesker meget alvorligt. Så først handlede det om kultur og tilgang, derefter om møder og forventningsafstemning og til sidst om forhandlinger/kontraktrådgivning. Bandet blev introduceret for Ole Nørup, som var tilknyttet mentor og rådgiver for bandet på vegne af Bandakademiet i en periode, og efter den tilbød han gruppen en kontrakt. Her overtog Bandakademiets rådgiver Johannes Dybkjær Andersson igen opgaven for bandet for at sikre uvildigheden i rådgivningen, ligesom der i hele forløbet havde været adgang til og dialog med Bandakademiets leder, Marianne Fruergaard.

Ole Nørup siger:

"Der er jo en grund til, at vi er blevet sammen i så mange år. Det handler ikke direkte om, hvad der skete i forløbet, men at jeg kom på som konsulent, der ramte vi et match, som var godt. Sarah Sølvsteen var også involveret i at få det til at ske. Det kan ikke ske hver gang. Men det, at man som kunstner bliver løftet hen til et branchematch, som er godt, er så meget bedre, end at man, uden at vide noget, bare vælger dem, der måske har flest penge eller den største bil. Noget, jeg har lært, er, at det er people's bizz mest af alt. Det er dem, der er bedst til at arbejde sammen, der vinder."

Og fra andre sider i branchen er der meldinger om, hvad det betyder, at et band er klar og har været igennem et forberedende forløb:

"Minds har fra tidligt i forløbet været ambitiøse og tjekkede i deres approach. Det skal man nogle gange bruge mange måneder på at lære. Det var en klar vision at blive spillet på samtlige kommercielle radioer. Det er lettere at arbejde med en kunstner, som kommer med en velovervejede og udtalt ambition – og mener det. Og som ved, at det ikke kun er vores opgave, men det er også deres. Det er taknemmeligt at arbejde med et band, som godt ved, at det også er deres ansvar at bryde igennem." – *Morten Vilhelm, Partner og creative director, disco:wax/No3/One Seven.*

Selv siger The Minds of 99:

"Bandakademiet har hjulpet os til at tilrettelægge vores arbejde meget mere strategisk og professionelt, end vi ville have været i stand til på egen hånd – både på det forretningsmæssige og det kunstneriske plan. Bandakademiets måde at arbejde med talentudvikling på er i vores optik unik efter danske forhold og uomgængelig, hvis Danmark ønsker at satse på en musikbranche, der skal kunne konkurrere og vokse både nationalt og internationalt – kunstnerisk såvel som økonomisk." – *The Minds of 99, udtalelse ved afslutning af forløbet i Bandakademiet i forbindelse med KarriereKanonen 2014.*

Opsamling

'Hvis et talent er stort nok, skal det nok lykkes.' Det er et udsagn, man kan støde på fra mennesker, som er kritiske over for talentudvikling og karriererådgivning. I tilfældet The Minds of 99 er der meget, der peger på et orkester, som gik til et tilbud om et forløb med en indstilling om at få mest muligt ud af det. Om at 'sige ja!' Til hele forløbet. Hvis bandet havde haft tiltro til, at talent var nok i sig selv, da de debuterede med singlen 'Det Er Knud Som Er Død', og det ikke lykkedes at få hul igennem i første omgang, ville 'Knud' nok være forblevet både død og begravet. De brugte rådgivningen og investeringen til en genlancering. Bandet brugte forløbet og muligheden til at tænke stort, formulere visioner, lægge planer, forventningsafstemme internt og udnytte de nye kontakter og samarbejder, de fik – og de arbejder stadig sammen med dem i dag. Helt og aldeles afgørende samarbejder. Selv sagde de allerede i 2014:

"Bandakademiet faciliterer et godt rum, velfortjente tæv og konstruktiv kritik. Vi ville aldrig have nået så langt, som vi er i dag, og som vi forhåbentlig når, uden jer, Kochmeister, Danni, mentorer. I har boostet vores selvtillid og tro på os selv." – *The Minds of 99 fra evaluering med Bandakademiet 2014.*

Det var modet, udholdenheden, målbevidstheden, arbejdsomheden, visionen, strategien, planen, produktudviklingen, teamet, den rigtige mentor, en af dem, som senere blev deres manager (og er det endnu), samarbejdsaftalerne, de rigtige beslutninger, de svære beslutninger, historiefortællingen, den visuelle identitet, de mange møder med publikum live, optimeringen af produktet, alle afspilningerne på P6 Beat, P3 osv. osv. Det var helheden. Og helhedstilgangen er en af grundtankerne i Bandakademiets arbejde.

The Minds of 99:

Konkrete ydelser i Bandakademiets forløb

- Sparrings- og rådgivningstimer inkl. feedback på koncerter, visions- og strategiøvelser med Bandakademiet²⁷
- Sparrings- og rådgivningstimer samt deltagelse i dialog og forhandling med div. potentielle samarbejdspartnere²⁸
- Budget til nyt mix/master
- Sceneteknisk løft med Bandakademiets scenepformancecoach²⁹
- Pressetræning med Bandakademiets kommunikationsrådgiver³⁰.

27. Johannes Dybkjær Andersson, Marianne Fruergaard og Kristian Koch

28. Johannes Dybkjær Andersson og Ole Nørup

29. Kristian Koch

30. Danni Travn

Bilag



Bilag 1

Bandakademiets kronologi og udviklingshistorie 2005-2022

2005

Bandakademiet sprang ud af Roskilde Kommunes musikbystrategi fra 2005. Strategien 'Musikbyen Roskilde' havde et særligt fokus på den musikalske talentpleje og fødekæde. Lokale og nationale ildsjæle og musikaktører udviklede visionen om Bandakademiet og bidrog til udviklingen af talentakademiets første forløb. Projektet skulle have fokus på målrettet og systematisk talentudvikling af bands inden for populærmusikkens genrer og skulle gennem korte, intense og individuelle forløb styrke det enkelte band og deres musikalske ståsted, dygtiggøre den enkelte musiker i en bandsammenhæng og klæde bandet på til at få det optimale ud af de karrieremuligheder, der var i den danske musikbranche. Projektet var det eneste af sin slags i Danmark på daværende tidspunkt.

2006-2007

Bandakademiet gennemførte i perioden to pilotforløb á ca. seks måneder med i alt otte bands. Rekruttering foregik som et 'open call' via medier, distribution og opsætning af plakater og postkort samt mails til relevante musikaktører og organisationer. Projektet fik omkring 50 ansøgninger til de to første forløb. Deltagere blev udvalgt af en jury bestående af etablerede personer i musikbranchen. Forløbene bestod af clinics, workshops, møder med og coaching af forbilleder og erfarne folk i branchen. Der var erfaringsudveksling og feedback, koncerter og indspilning af compilation-udgivelser – i samarbejde med studerende fra Rytmask Musikkonservatoriums lydteknikeruddannelse.

Konklusionen på de første forløb var, at alle deltagerne efter egen vurdering forlod Bandakademiets forløb som musikalsk og kunstnerisk bedre og mere branchebevidste bands. Syv ud af otte bands vurderede, at forløbet på Bandakademiet reelt havde styrket og gavnet bandet og det enkelte medlem. Der var dog for store niveauforskelle mellem de bands, der blev optaget. De meget unge og uerfarne bands manglede for meget i deres udvikling til at kunne omsætte den 'opdrift', som Bandakademiet gav dem, i en videre udvikling af bandet og karrieren. De ældre og mere erfarne i musikbranchen var typisk mere ambitiøse og målrettede og var bedre i stand til efterfølgende at udnytte og udbygge de erfaringer, netværk og input, de har fået via Bandakademiets forløb. Det var også tydeligt, at der ikke var kritisk masse nok i den forholdsvis begrænsede geografiske radius, projektet var blevet markedsført mest intensivt i. Det blev med andre ord tydeligt, at Bandakademiet skulle have en større aktionsradius og i højere grad søge bands i hele Danmark for at ramme en større målgruppe. Bandakademiet var samtidig så nyt, og talentudvikling af bands så jomfrueligt, at det krævede en anderledes og mere ressourcekrævende rekruttering for at få fat i den eller de målgrupper, Bandakademiet på baggrund af sine tidligere erfaringer vurderede ville få mest ud af tilbuddet i Bandakademiet.

2008-2009

Bandakademiets blev fra 2008 i højere grad et projekt med nationalt fokus og arbejdsopgaver, som testede forskellige rekrutteringsmetoder af, og som søgte efter strategiske samarbejder, som kunne være med til at løfte projektet og visionen. Kravene til deltagerne blev skærpet, og målgruppen blev defineret som: Upcoming bands i den absolutte top, som mangler de 20 pct. Ambitiøse bands med et vist instrumentalt niveau, som var indstillede på at arbejde benhårdt for at nå deres mål. Praxis med håndplukkede eksterne mentorer og rådgivere blev bibeholdt og forstærket.

Forløb med udvalgte bands. I 2008/2009 arbejdede Bandakademiet med tre bands i længerevarende, skræddersyede forløb; Didium & The Black Bonnie Picture (rekrutteret via mymusic), Farven Fornem og Carlas. Alle vurderede, at forløbet i Bandakademiet havde udviklet dem som band og forbedret deres muligheder for en karriere i musikbranchen.

Workshops, clinics og foredrag. En del af indsatsen for at profilere Bandakademiet over for målgruppen tog form som en række, konkrete tilbud om kurser/workshop/clinics/foredrag. Bandakademiet gennemførte således omkring 10 åbne clinics og workshops i Roskilde – med pæn deltagelse og gode evalueringer.

KarriereKanonen. I 2009 blev Bandakademiet en del af KarriereKanonen, som på daværende tidspunkt var et nyt samarbejdsprojekt mellem DR, Roskilde Festival, Koda, spillesteder.dk (nu Dansk Live). KarriereKanonen blev en vigtig strategisk alliance, som for alvor rykkede Bandakademiet op i en anden liga, og hvor akademiet fik mulighed for at rekruttere sine ønskede målgrupper.

KarriereKanonens jury i 2009 valgte 37 deltagere til de indledende runder i årets forløb. De 37 blev til 17 finalister. De fire vindere i årets KarriereKanonen blev tilbudt intensiv og individuel karriereudvikling og rådgivning. De fire vindere udtrykte i efterfølgende evaluering af forløbene stor tilfredshed med tilbuddet og vurderede, at det gjorde en forskel for deres musikalske og karrieremæssige udvikling.

2010

KarriereKanonen: Mere end 800 bands og solister søgte. 24 blev udvalgt til en indledende runde. 12 finalister blev herefter udvalgt til fire hovedshowcases. Tre bands vandt KarriereKanonen 2010. Det var Hunch Bettors, Mescaline Baby og Ignug fra Esbjerg/Varde. De gennemgik et skræddersyet karriereforsløb i Bandakademiet med rådgivning, musikalsk sparring, mental coaching, økonomi mv. Alle tre vindere udtrykte stor tilfredshed og taknemmelig over forløbet, som de vurderede var med til at udvikle dem som bands og bringe dem et skridt nærmere de karrieremål, de havde sat i starten af forløbet. Thomas Hyllested sagde: *"IGNUG har altid været en drengedrøm. Ambitionerne var skyhøje, men vi vidste ikke, hvor vi skulle tage fat for at nå ud over rampen. Ingen i bandet var i stand til at udføre eller forstå vigtigheden af at strukturere os og vores musik som en reel forretning. Grundstenene til at bygge en professionel karriere i musikbranchen har vi fået af Bandakademiet. Uden den professionelle hjælp havde vi blot været endnu et band i et øvelokale med en drengedrøm."* Bandakademiet havde desuden fire finalisterne igennem et 10 timers rådgivningsforløb. Derudover gennemførte Bandakademiet et særskilt mentorforløb for Barbara Moleko, som ikke nåede videre til finalen, men som akademiet vurderede havde et helt særligt talent.

Øvrig coachingforløb – uden for KarriereKanonen. Rådgivning og coaching af bandet A Friend in London. Forløb med pressetræning, scenecoaching, karriere- og aftalerådgivning, sparring på musik og produktion herunder indspilning. Bandet udtrykte stor taknemmelighed for hjælpen, som de vurderede var medvirkende til, at bandet vandt det danske melodigrandprix i 2011.

2011

KarriereKanonen. Godt 900 ansøgere. 24 bands/solister blev udvalgt. Der var otte finalister. De tre vindere – Boho Dancer, Eclectic Moniker, Kites & Komets – fik skræddersyet udviklingsprogram med coaching og rådgivning af Bandakademiet. De tre bands havde i en længere periode momentum og udvikling i karrieren. De tre bands vurderede generelt, at de som følge af forløbet i Bandakademiet både havde udviklet sig som band og var blevet klædt betydelig bedre på til at begå sig branchen. De resterende fem finalister i KarriereKanonen modtog feedback-samtaler og tilbud om 10 timers rådgivning af Bandakademiet som fire ud af fem tog imod.

Music2Business: Fra 2011 til 2015 var Bandakademiet en del af iværksætterforløbet Music2Business for fremtidens professionelle musikere og branchefolk med fokus på 'alt det uden om musikken'. Knap 100 deltagere var igennem en workshop og et netværksforløb i perioden. Projektet blev finansieret af midler fra Region Sjælland, KODA. Det er Bandakademiet, Volcano Management og konsulentfirmaet MANTO, der udviklede projektet. Gimle, Stars, Musikzonen og KODA var samarbejdspartnere i de første år. Senere blev samarbejdskredsen udvidet med Københavns Kommune og Musikzonen. Projektet skiftede efter 2015 navn til ROYALTIES og drives nu videre af Volcano som et årligt iværksætterforløb. De overordnede konklusioner fra evalueringerne er, at deltagerne generelt har været meget tilfredse med indhold, undervisere, og at de generelt fik stort udbytte af forløbet. Netværksdelen af forløbet fungerede over al forventning. Deltagerne gjorde i høj grad brug af hinanden på forskellig vis – også efter forløbet.

Øvrige bands i coachingforløb – uden for KarriereKanonen. Bandakademiet arbejdede med tre bands i kortere eller længere forløb: Den Fjerde Væg og LIPS i et kortere rådgivningsforløb med professionel branchementor, Eggs Laid By Tigers var igennem et længere forløb med rådgivning om strategi, PR-træning og udgivelse. De tre bands tog selv kontakt til Bandakademiet og bad om hjælp. Alle tre bands udtrykte i en efterfølgende evaluering stor tilfredshed med og taknemmelighed for forløbet, som de vurderede havde udviklet dem og bragt dem tættere på deres mål.

Audition Days – et samarbejdsprojekt med ORA (Organisationen af Rytmske Amatørmusikere). 12 talentfulde bands og solister fra Holbæk og Odsherred, Slagelse og omegn samt Roskilde og omegn blev udvalgt, rekrutteret via medier og netværk til at spille tre showcases på Sjælland. Umiddelbart efter de tre showcases gav professionelle branchefolk fra Bandakademiet deltagerne konstruktiv feedback. Efterfølgende gennemførte Bandakademiet fælles og individuelle workshops med deltagerne. Positiv feedback fra deltagerne, der gerne ville have haft endnu mere rådgivning og coaching.

Upcoming Musik Sjælland – netværk for det rytmiske vækstlag i Region Sjælland. Bandakademiet gik sammen med Gimle, Roskilde Festival, ORA (Organisationen af Rytmske Amatører), Råstof Roskilde, Stars i Vordingborg, Musikhuset i Slagelse og Elværket i Holbæk om at udvikle og 'drive' et netværk for amatørbands og musikere i Region Sjælland. Projektet hed

Upcoming Musik Sjælland. Netværket bestod både af et virtuelt rum (Facebook-side) samt en række 'fysiske' arrangementer. Netværket fik omkring 300 deltagere, men døde langsomt ud, fordi der ikke var nogle 'ejere' til at drive det efter de første år. Sidste opslag i gruppen var i 2018.

Upcoming Onsdage – en håndfuld aftener med foredrag og koncerter med bl.a. nogle af Bandakademiets kunstnere i samarbejde med Huset, Magstræde i København.

2012

KarriereKanonen. KarriereKanonen skiftede ud i partnerkredsen. Samarbejdspartnere i 2012-2019 bestod ud over Bandakademiet af KODA, DR P3/P6-Beat og Smukfest. Ud over at være nyt medlem af KarriereKanonens jury var Bandakademiets væsentligste rolle at udvikle indholdet i konceptet sammen med partnerne – herunder at tilrettelægge og gennemføre talentudviklingsforløb for de hhv. 12/8/3 artister i KarriereKanonen-forløbet. Jo længere deltagerne kom i forløbet, jo mere individuelt og målrettet var Bandakademiets arbejde med dem. Bandakademiet benyttede sig som tidligere af eksperter, musikere, producere og rådgivere i musikbranchen, når forløbene blev tilrettelagt og gennemført, og når kunstnerne blev matchet med forskellige musikalske sparringspartnere.

14 kunstnere blev i 2012 udvalgt blandt 908 ansøgere. De tre vindere modtog et skræddersyet udviklingsforløb af Bandakademiet. De tre vindere – Kaliber, Dance With Dirt og Djämes Braun – vurderede generelt, at forløbet i Bandakademiet havde udviklet dem som kunstnere og havde betydning ift. udviklingen af karrieren. De sagde bl.a.: *"Vi har fået et kæmpe selvtilidsboost og har fået fem års erfaring på et halvt år. Det har været super godt med Bandakademiet. Deres feedback på vores koncerter og musik. Pressetræning var sindssygt fedt. Bl.a. i forhandling og diskussioner med branchen. Det har været en kæmpe læreproces."*

Alle finalister fik desuden tilbudt tre inspirationsaftener med overskrifterne Live, Sangskrivning & Produktion og Musik & Forretning samt individuel feedback og rådgivning til tre af finalisterne. Alle deltagerne vurderede aktiviteterne med mellem tre og fem stjerner ud af fem mulige. En af finalisterne skriver i sin evaluering: *"Jeg synes I har fundet en model, der holder, der tager KarriereKanonen som den musikkonkurrence, det jo er, til et nyt niveau. Hold fast i det, for det er både det mest interessante for bands og skaber et mere langtidsholdbart produkt for dansk musik."*

Bandakademiet gennemførte desuden et individuelt rådgivningsforløb for BENAL med fokus på live performance og branche. Vi vurderede, at bandet – med Benjamin Hav i front – med en særlig indsats kunne nå langt i den danske musikbranchen. Benal vurderede selv i forbindelse med en evaluering efter forløbet: *"Det betød mange superfede ting for os, både for vores selvforståelse som band og i form af nogle mere håndgribelige ting, som f.eks. at vi blev introduceret for folk, vi stadig samarbejder med."*

Internationale workshops. I løbet af året gennemførte Bandakademiet to åbne, internationale seminarer/workshops 2012. Bl.a. et velbesøgt heldagsseminar om livemusikkens vilkår uden for Danmark med UK-kapacitet Andy Inglis i samarbejde med Gimle, samt en udsolgt master-class med USA stage-coach Tom Jackson i samarbejde med KODA, Rytmisk Musikkonservatorium og scenecoach Kristian Koch.

Bands i coachingforløb – uden for KarriereKanonen. Verdensmusiker Dawda Jorbarteh modtog vokaltræning og scene-træning af Bandakademiet op til sin koncert på Roskilde Festival

2012. Koncerten gik godt, anmeldelserne var fine, og Dawda og Bandakademiets coach-team meldte tilbage, at forbedringerne var synlige. Efterfølgende arbejdede Bandakademiet med kunstneren om at professionalisere branchemæssigt gennem managementrådgivning og pressetræning. Der blev ikke fulgt op med systematisk evaluering.

Musikskolekonkurrence SKRU OP 2012-2016. Konkurrence blandt musikskolebands i Region Sjælland. Bandakademiet var med til at udvikle projektet, deltog i dommerpanel og tilbød efterfølgende de tre vinderbands workshops, bandcoaching og inspiration som forberedelse til en mini-turné. Bandakademiet var en del af projektet indtil 2016. Samarbejdspartnere: Musikskolerne i Region Sjælland, spillesteder i regionen (Gimle, Stars og Tapperiet) og Region Sjælland.

Workshops, clinics & inspiration for det unge vækstlag i Region Sjælland 2011-2012. Bandakademiet udviklede i samarbejde med forskellige samarbejdspartnere en række tilbud til musikskoleelever og andre unge målgrupper i det rytmiske vækstlag: en weekendworkshop med tre regionale bands med fokus på bl.a. de kreative processer i sangskrivning – i samarbejde med INSP-Roskilde – samt seks forskellige workshops for unge musikere og bands i regionen – i samarbejde med foreningen Ung Musik i Roskilde og Råstof Roskilde.

Bandakademiet tildes titlen 'Nationalt Opdrag' af Kulturministeriet for indsatsen over for nye bands og solister – i forbindelse med sit arbejde i Kulturregion Midt/Vest. Daværende Kulturminister Uffe Elbæk sagde i den forbindelse: *"Jeg meget glad for, at vi styrker vækstlaget inden for den rytmiske musik ved at yde støtte til kulturregionens Bandakademi i Roskilde, så nye bands og solister bliver bedre i stand til at skabe en forretning. Det er vigtigt at skabe nye job, ikke mindst i den kreative sektor. Bandakademiet er så godt et initiativ, at også andre kan lære af kulturregionens erfaringer igennem et Nationalt Opdrag."*

2013

KarriereKanonen. Omkring 1.300 kunstnere tilmeldte sig KarriereKanonen i 2013 – 44 pct. flere end i 2012. 12 kunstnere blev udvalgt. De blev til otte finalister og tre vindere. I 2013 bestod forløbet af 1) tre Inspirationsaftener med udvalgte temaer for alle 12 deltagere, 2) en feedback og scenetræningscoaching for finalisterne og 3) individuelle skræddersyede forløb for de tre vindere. Vinderne i 2013 var The Minds of 99, Vild Smith og Amin Karami. Alle deltagere fremhæver, at talentudviklingsforløbene giver dem en unik mulighed for at få professionel sparring på deres musik og sceneoptræden samt for at komme i direkte kontakt med personer i musikbranchen, som ellers er svært tilgængelige for musikere i vækstlaget. Kunstnerens oplevelse af forløbet er naturligvis afhængig af, om de har været blandt de 12 udvalgte, de otte finalister, eller om de har gennemgået et forløb som en af årets tre vindere. Alle oplever dog grundlæggende at have fået et positivt udbytte af KarriereKanonen. "Det var helt klart en positiv og lærerig proces, som vi vil anbefale andre up-coming musikere." Camilo & Grande (med blandt andre Tobias Rahim) vurderede bl.a. i en rapport, som DR udgav i 2015 om KarriereKanonen 2012-2015: *"Vi har brugt talentudviklingen rigtig meget omkring vores live-optrædener og generelt fået mange gode brancheråd, der har været med i vores senere valg og navigering i branchen. Vi fik et billede af, hvordan musikbranchen hænger sammen i Danmark, og lærte en masse søde mennesker at kende, der senere har kunnet hjælpe os videre."*

Musikskolekonkurrence SKRU OP 2013. Se beskrivelse under 2012

Music2Business – se beskrivelse under 2011

En række foredrag, workshops og bandudvikling – i samarbejde med VUC-Roskilde og øvelokaleforeningen Råstof Roskilde.

Improvisations-workshop – i samarbejde med UngJazz, MGK-Sjælland, Roskilde Musikskole og INSP! Workshoppen havde til hensigt at inspirere og give unge musikere nye værktøjer til at improvisere.

2014

KarriereKanonen. Omkring 1600 kunstnere søgte ind til KarriereKanonen. 12 kunstnere blev udvalgt. Alle 12 kom igennem et forløb i Bandakademiet, der indeholdt en række inspirationsaftner samt et samarbejde med Rytmsk Musikkonservatoriums lydteknikeruddannelse. De otte finalister deltog i endnu flere inspirationsaftner, modtog feedback og scenecoaching. De tre vindere fik tilrettelagt et skræddersyet forløb med fokus på deres musik og karriere. 11 ud af 11 kunstnere, der efterfølgende svarede på en anonym spørgeskemaundersøgelse, vurderede, at de – efter Bandakademiets forløb – var blevet klædt bedre på til at begå sig i musikbranchen. Ligesom alle 11 kunstnere i samme undersøgelse svarede, at forløbet og samarbejdet med Bandakademiet generelt havde udviklet dem som band. Sonja Hald oplevede, at det bedste ved at være med i KarriereKanonen var Bandakademiets forløb.

Bands og kunstnere i coaching-forløb uden for KarriereKanonen. I 2014 deltog bandet med Danmarks længste bandnavn: Wearethewayforthecosmostknowitself (WATW) i forløb hos Bandakademiet. Første del bestod af pressetræning samt et coachingforløb med scenecoach som optakt til bandets koncert på Roskilde Festival. I efteråret arbejdede de videre med liveperformance og med producer Carsten Heller. Bandet sagde, at arbejdet med Carsten skærpede troen på, at det kunne lade sig gøre at skabe unik og fantastisk musik, og at forløbet gjorde dem mere resultatorienterede. I 2015 blev bandet udvalgt til KarriereKanonen.

Music Maker Camp. I 2014 søsatte Bandakademiet sin første camp for elektroniske musikere, solister og bands. Music Maker startede som en kunstnerisk sangskrivnings-camp, hvor 20+ udvalgte talenter i fire dage skrev og raffinerede deres egen musik i samarbejde med nogle af Danmarks førende sangskrivere, musikere og producere. Knap 50 ansøgere til første camp.

Upcoming Stars, talentkonkurrence i Slagelse, hvor Bandakademiet var med til at udvikle formatet og stillede med dommer til audition og koncert.

Musikskolekonkurrence SKRU OP 2014. Se beskrivelse under 2012

Music2Business – se beskrivelse under 2012

2015

KarriereKanonen. Bandakademiet arbejdede med de 12 udvalgte bands og solister i KarriereKanonen 2015. De blev valgt ud af mere end 1100 ansøgere. De 12 udvalgte blev tilbudt en række inspirationsaftner og et samarbejde med Rytmsk Musikkonservatoriums lydteknikeruddannelse. De otte finalister modtog feedback, live-coaching og inspirationsaftner

med fokus på sangskrivning/produktion. Katinka, Klub 27 og Nick Sway vandt årets KarriereKanonen og var igennem et skræddersyet, individuelt forløb. 2015 åbnede The Minds of 99 Orange Scene på Roskilde Festival.

Music Maker Camp. Bandakademiet arrangerede Music Maker – for anden gang nogensinde. I 2015 deltog i alt 26 unge musikere, mens over 100 søgte om at komme med. Campen var en fire dages sangskrivning og musikskabelse på højt niveau for unge, talentfulde bands, solister og elektroniske musikere på Sjælland. Visionen med Music Maker er at skabe Danmarks mest ambitiøse og professionelle sangskrivningstiltag for talentfulde up-and-coming kunstnere. Ud over konkrete metoder, værktøjer og tilgange til sangskrivning forsøger Music Maker at opbygge et fællesskab, der kan give deltagerne den selvtillid og motivation, der er afgørende for, at hun/han tager aktivt fat på egen udvikling. Ansøgningsantallet og en efterfølgende evaluering peger på, at det stort set er lykkedes.

Bands og kunstnere uden for KarriereKanonen: I 2015 arbejdede Bandakademiet i større eller mindre grad med seks kunstnere uden for KarriereKanonen. Det var ikke længerevarende forløb, men kortvarig rådgivning eller tilbud.

Musikskolekonkurrence SKRU OP 2015. Se beskrivelse under 2012

2016

KarriereKanonen. 11 udvalgte ud af knap 1600 ansøgere. Bandakademiet gennemførte sit tretrinnsforløb, hvor forløbet blev mere og mere individuelt og skræddersyet, jo længere i forløbet deltagerne kom: inspirationsaftner og lydteknikersamarbejde for alle. Feedback, stage coaching, pressetræning og inspirationsaftner med sangskrivning som fokus for de otte finalister og individuelle skræddersyede forløb for de tre vindere. Årets vindere hed Lærke Emilie, k-phax og Dør nr. 13. Samtlige respondenter (90 pct. af deltagerne) svarede i en efterfølgende anonym undersøgelsen, at var de var meget tilfredse eller tilfredse med forløbet. Og alle finalister, der svarede, mente, at forløbet hos Bandakademiet har udviklet dem som artister. Generelt blev alle Bandakademiets aktiviteter vurderet højt (fleste 4 og 5 på en skala op til 5). En af vinderen vurderede i en efterfølgende mundtlig evaluering, at det vigtigste i KarriereKanonen var at få rådgivning af Bandakademiet. Hun oplevede, at hun 'fik et kort til at navigere i musikbranchen'. En anden vinder vurderer, at forløbet i Bandakademiet var meget lærerigt og udviklende, og pegede på rådgivningen som noget af det bedste: *"Det har været helt perfekt. Godt at få konstruktiv kritik og hårdt. Men det har rykket og udviklet os. Der skal ikke være mindre af Bandakademiet i KarriereKanonen, men mere."*

Bands og kunstnerne uden for KarriereKanonen. Bandakademiet indgår et længerevarende samarbejde med Lea Hakesberg. Formålet med aftalen er at modne og udvikle Lea som kunstner over en periode på seks måneder. Målet med indsatsen er, at hun – i samarbejde med en kunstnerisk mentor – i ro og mag skal finde sine ben som unik kunstner og talent. Forløbet afrundes tidligere, da Lea bliver udvalgt til KarriereKanonen 2017

Workshop og foredrag. 'Klog på en formiddag'. Otte arrangementer, hvor udøvende musikere inden for forskellige niche-genrer blev inviteret til inspirationsoplæg og erfaringsudvekslings med andre musikere. Projektet var et samarbejde mellem JazzDanmark, World Music Denmark, Rytmsk Center, Bandakademiet, Rosa Folk og Metal Danmark

Music Maker Camp: Bandakademiet oplevede større og større interesse for Music Maker. 100 ansøgte og 30 udvalgte deltog i årets Music Maker som var en fire dages intensiv sangskrivning og musikskabelse for talentfulde bands, solister og elektroniske musikere. Interessen for årets Music Maker var stor, og der var flere kvalificerede, end der var pladser til. Derfor blev der lavet ekstra forløb, som knap 30 personer meldte sig til.

Musikskolekonkurrence SKRU OP 2016. Se beskrivelse under 2012

Roskildemesterskaberne i Rock: I samarbejde med det regionale spillested Gimle. Bandakademiet tilbød mindre rådgivningsforløb til vinderen.

Music Maker Aftner – for fem udvalgte kunstnere fra 2015 Music Maker Camp.

Konceptet var et supplerende coachingforløb for Music Maker 2015-deltagerne med fokus på live og branche. Initiativet blev sat i værk efter ønske fra Music Maker-deltagerne, mens selve forløbet blev udviklet og tilrettelagt af Bandakademiet. I en efterfølgende anonym evaluering gav de fem kunstnere forløbet mellem fire-fem stjerner ud af fem mulige. Alle respondenter vurderede, de havde rykket sig som sangskriver og performer gennem de tre aftener – som en sagde: *"Evnen til at kunne gøre sig objektiv for musikken og performance. Det gav virkelig meget at få andres øjne på begge dele – det fik både musik og udtryk til at stå skarpere"*.

2017-2019

I de senere år har Bandakademiet oplevet flere og flere solister og færre bands i den danske musikbranche generelt og blandt de kunstnere, akademiet typisk møder. Bandakademiet har løbende forsøgt at tilpasse sine tilbud og rådgivning til de flere solo-artister, som ofte står med nogle lidt anderledes udfordringer end det gennemsnitlige band. Det handler om at være alene, at skulle gøre det hele selv, at mangle netværk (særligt de kvindelige kunstnere) og et endnu mere udtalt behov for at sparre med nogle, der ikke har kommercielle interesser i en som kunstner. Et andet fokusområde for Bandakademiet er sangskrivning. Akademiet oplever generelt, at niveauet af sangskrivningen hos de kunstnere, Bandakademiet arbejder med, har et pænt forbedringspotentiale. I modsætning til Sverige har Danmark ikke særligt fokus på sangskrivning som håndværk og erhverv. Sangskrivning i Danmark opfattes generelt som et resultat af en kunstnerisk proces hos den enkelte kunstner. Der er en tendens i branchen, hos anmeldere og kunstnerne, at kunstnere, der får skrevet sange af andre sangskrivere eller skriver deres sange sammen med andre (co-write), omfattes med mindre respekt.

Music Maker Co-Write. I 2017-2020 samarbejder Bandakademiet via Roskilde Kommune med Kulturmetropolen (kulturaftale for 14 sjællandske kommuner). Bandakademiet er ikke finansieret af Kulturmetropolen, men pga. personsammenfald mellem Musikmetropolens projektchef og Bandakademiets leder samarbejder Bandakademiet med Kulturmetropolen om en videreudvikling af Bandakademiets Music Maker Camp. Nu i en version, der er målrettet sangskrivere og producere, som ikke selv nødvendigvis har lyst til at stå på scenen, og med fokus på sangskrivning som håndværk og erhverv. Music Maker 2017, 2018 og 2020 er et koncept, som bygger på Bandakademiets koncept og knowhow. Der blev i alt gennemført tre Music Maker Co-Write Camps med mange ansøgere og en tårnhøj tilfredshed i evalueringerne, der bragte mange samarbejder med sig efterfølgende. Til campen i 2020 var der knap 200 ansøgere til 20+ pladser. 2020-campen blev gennemført i samarbejde med Danish Songwriting Academy.

2017-2019. Bandakademiet arbejdede med 3x12 udvalgte, 3x8 finalister og 3x3 vindere i KarriereKanonen 2017-2019 år efter Bandakademiets tretrinnsraket. I **2017** hed vinderne Moody, Sherpa og Rest in Beats. I **2018**, hvor 1500 kunstnere uploadede deres musik til KarriereKanonen, vandt Ravi Kuma, Tobias Albert og Fravær – med bl.a. Dusin som en af de stærke finalister. I **2019**, hvor 1706 kunstnere – i en ny rekord – uploadede deres musik til talentprojektet – hed vinderne Patina, Høker og Angående Mig – og med et stærkt felt af finalister som bl.a. hed Statisk og Undertekst. Alle finalister (2017-2019), der efterfølgende svarede på en anonym evaluering, vurderede generelt de mange tilbud i Bandakademiets forløb højt (gennemsnitlige 4 på en skala fra 1-5) og vurderede, at Bandakademiet havde klædt dem på til de to showcases. De fleste respondenter peger på Bandakademiets individuelle og uafhængige rådgivning og feedback samt stage coaching som noget af det bedste i forløbet.

OPTAKT Forløb 2018/2019. Bandakademiet ønskede med OPTAKT at demokratisere sin erfaring, viden og store netværk i musikbranchen og formidle det til en bredere målgruppe. Målet med forløbet var at åbne døren ind til den professionelle musikbranche og lade endnu flere komme tæt på maskinrummet med en forventning om, at det generelle professionelle niveau dermed blev øget til gavn for såvel talenterne selv som for resten af branchen, som skal arbejde med talenterne i fremtiden. 40 amatørmusikere, sangskrivere, bands og solister mellem 14 og 43 år var igennem Bandakademiets nye forløb OPTAKT. Forløbet bestod af seks aftener med inspiration fra professionelle og toneangivende musikbranchefolk og musikere samt et fokuseret workshopforløb og en til en-sessions for knap 20 udvalgte. En anonym spørgeskemaundersøgelsen blandt deltagere efter de seks inspirationsaftener viser stor tilfredshed med forløbet. Besvarelsesprocenten var på godt 50 pct. Respondenterne gav aftenerne mellem fire og fem stjerner. Der var stor forskel på deltagernes niveau og erfaringer. Nogle var klart talentfulde, dygtige sangskrivere og artister med erfaring og helt parate til at gribe faklen og arbejde videre mod en professionel karriere. Nogle var spirende, sandsynligvis talentfulde, men meget unge og grønne, og havde behov for mere håndværk, sangskrivning og banddoktorhjælp end branchekendskab og karriererådgivning. Andre igen ville – uanset erfaring og genre – skulle arbejde mere end hårdt for at få fodfæste i en benhård musikbranche. Niveau- og erfaringsforskellen er ikke en udfordring til de åbne inspirationsaftener, for her er der, uanset niveau, noget at hente, men i workshops, hvor deltagerne skal til at arbejde sammen og på tværs, er det ikke hensigtsmæssigt med en alt for stor forskel. Det handler både om identifikation og graden af udbytte for deltagerne. Individuelle sessions giver meget udbytte, men de er både dyrere og kræver langt mere planlægning end fælles aktiviteter.

Kunstnere uden for KarriereKanonen: Rådgivning og sparring af en enkelt kunstner i forbindelse med afklaring og forhandling af aftaler samt branchekendskab. I 2019/2020 genoptager Bandakademiet forløb med kunstner Lea Hakesberg for at hjælpe hende med strategi, struktur og samarbejdspartnere i forbindelse med udgivelse.

2020-2021

KarriereKanonen. Et nyt koncept igangsættes, som giver mere tid til talentudviklingen, som vurderes til at være en vigtig del af KarriereKanonen. Partnerkredsen snævres ind, så Bandakademiet er eneste formelle (men uafhængige) samarbejdspartner i KarriereKanonen fra 2020 sammen med DR-P3. Bandakademiet er ansvarlig for og ejer talentudviklingsforløbet i KarriereKanonen, som revitaliseres med flere inspirationsaftener og feedback for de nu 10 udvalgte og de fem finalister – ud af 1560 kunstnere og 4005 uploadede sange. Det

individuelle skræddersyede forløb er stadig forbeholdt vinderne, som i det nye set-up består af to vindere. I 2020 må Bandakademiet i lyset af covid-pandemien gentænke sit forløb. Mange aktiviteter foregår digitalt, ligesom showcases overvejende placeres på DR uden tilskuere eller med begrænset deltagerantal.

Den anonyme evaluering i 2020 blandt de 10 udvalgte pegede dog på generel tilfredshed eller stor tilfredshed med forløbet. Bandakademiets rådgivning og feedback blev vurderet højest. Vinderne i 2020 var Føl som og såforsatan. Føl som vurderede i en evaluering, efter de havde afsluttet forløbet, at de to showcases og sparringsforløb med Bandakademiet var det, de havde fået mest ud af. Såforsatan vurderede ligeledes, at rådgivningen fra Bandakademiet var det, han fik mest ud af: *"God struktur på, hvordan jeg arbejder, og hvordan jeg kan arbejde med det rundt om musikken, nærmest en management uddannelse, møde en masse fagmennesker og få sparring på min musik og det, jeg laver. Generelt vigtigt at snakke med nogen om min musik og der, hvor jeg vil hen. Mødt med Forståelse som kunstner."*

Vindere i 2021 var PIL og marcus.wav. Førstnævntes evaluering af forløbet er dækket i nærværende rapport. Marcus.wav valgte ikke at tage imod det skræddersyede vinderforløb i Bandakademiet som den første nogensinde.

MusicMakerElite2020 isamarbejde med Musikmetropolen (Kulturaftalen Kulturmetropolen) og Danish Songwriting Academy (ny eliteuddannelse i kommerciel sangskrivning og produktion) – læs mere under 2017-2019.

Bandakademiet 3.0. Bandakademiet går i slutningen af 2020 i gang med en udviklingsproces, der gerne skulle munde ud i en ny strategi for talentudviklingsorganisationen med en ny revitaliseret organisation, en organisation med flere muskler og med flere profilerede aktiviteter i porteføljen. Processen bestod i første omgang af en udviklingsworkshop med ekstern facilitator og med deltagelse af 10 udvalgte branchepersoner og kunstnere. I det videre strategiarbejde i 2021 identificerede Bandakademiet kønsbalance som en af de største udfordring i musikbranchen. Med andre ord for få kvinder i toppen af hitlisterne og på plakaterne. Bandakademiet udvikler rammebeskrivelse til projektet GOTCH – Girls on The Charts – et nyt samarbejde og pilotprojekt, som skal være med til at skubbe markant til kønsbalancen og øge diversiteten blandt fremtidens kunstnere og sangskrivere ved at sende endnu flere (debuterende) kvindelige talenter ud i æteren, på scenerne, hitlisterne og song credit-listerne.

Kvinderne i Musikken. DR og Bandakademiet blev i 2021 enige om at igangsætte den fælles undersøgelse, hvor den indsamlede viden skulle bruges som afsæt for fremtidige indsatser – bl.a. GOTCH. Undersøgelsens vægtigste del bestod af en kvalitativ interviewundersøgelse blandt 75 kvindelige kunstnere og forbilleder i musikbranchen. I 2021 gennemførte Bandakademiet og DR de 75 interviews, og rapporten blev udarbejdet af Bandakademiet og DR.

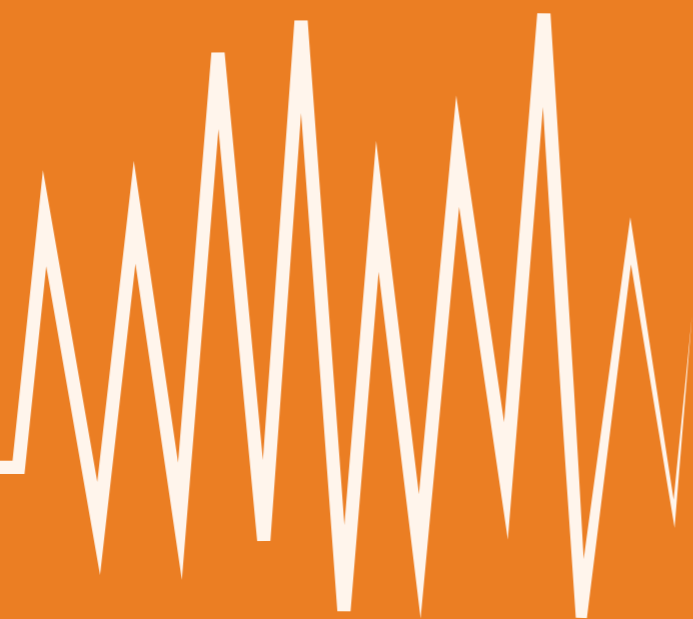
2021-2023

KarriereKanonen. 1584 kunstnere uploadede deres musik til årets KarriereKanonen. Bandakademiet lancerer sit mest ambitiøse tilbud til de 10 udvalgte med syv inspirationsaftner, individuelle samtaler og feedback til alle udvalgte og indgik formelle samarbejdsaftaler med det regionale spillested Gimle og DMF, som har været Bandakademiets samarbejdspartnere

siden 2009. Nye samarbejder med genreorganisationen ROSA, Koda, Autor. Mere vægt på Bandakademiets Hot-line med løbende rådgivning for de 10 udvalgte efter behov. De to vindere blev fundet ved finalen i DR-Koncerthuset i maj 2022. Vinderne er DILLISTONE og Ussel. De to vinderforløb igangsættes efter sommeren 2022 og afsluttes i starten af 2023 med en evaluering.

Kvinderne i Musikken. Rapport: Læs baggrund under 2021. Hverken DR eller Bandakademiet havde som udgangspunkt tænkt sig, at undersøgelsen, som blev igangsat i 2021, skulle offentliggøres i større skala. Undervejs voksede den sig dog større og vigtigere, end parterne havde forestillet os. Der er stadig et samarbejde om et talentprojekt på tegnebrættet, men undersøgelsens resultater kaldte på endnu flere initiativer og samtaler på tværs af branchen og en udbredelse af undersøgelsens resultater til flere. DR og Bandakademiet offentliggjorde rapporten i marts og præsenterede bl.a. resultaterne på et musiktopmøde i DR-Koncerthuset og ved et møde med Musikbyen Roskildes musikbyudvalg samt deltog i forskellige debatter og snakke i danske medier. Læs rapporten her: [Kvinderne i Musikken — Bandakademiet](#)

Udvikling af talent- og karriereforløb målrettet kvinder, non-binære og andre kønsminoriteter. Flere udviklingsworkshops med mulige deltagere i talentforløbet, med mulige samarbejdspartnere og musikbranche-aktører for at få det bedste og skarpeste forløb sat i søen. Det er planen at gennemføre en mindre pilotversion af talentforløbet i 2023.



Bilag 2

Økonomi og organisation i perioden 2005-2022

2005-2007

Bandakademiet finansieres af Roskilde Kommune, Kulturministeriet (Provinspuljen) og daværende Roskilde Amt. Bandakademiet bliver organisatorisk forankret i Roskilde Kommune, som ud over et økonomisk tilskud bidrog med en halvtids-medarbejder og administrative ressourcer til at drive og lede pilotprojektet. Desuden indkøber og istandsætter Roskilde Kommune øvelokaler, som de stillede til rådighed for både Bandakademiet og kommunens øvrige musikaktører. Bandakademiet har en 'bestyrelse', der primært består af lokale personer og organisationer.

2008-2017

Bandakademiet bliver en del af kulturaftale Midt/Vest, hvor fokus er på både det nationale og regionale talentlag og vækstlag. Kulturaftalen er finansieret af midler fra Kulturministeriet og de deltagende kommuner herunder Roskilde Kommune. I perioden 2009-2012 modtager Bandakademiet desuden tilskud fra Koda og DMF i forbindelse med Bandakademiets arbejde i KarriereKanonen. Akademiet er fortsat forankret i Roskilde Kommune, som desuden bidrager med projektleder, som fungerer som den eneste fastansatte medarbejder. Bandakademiet bliver i endnu højere grad en 'organisation' uden mursten – fortsat med håndplukkede faglige ad hoc-/freelance ansatte til de forskellige projekter og kunstnere.

2017-2020

Bandakademiet finansieres af Roskilde Kommune med et fast tilskud samt et etårigt tilskud fra Kunstfondens Støtteudvalg til en videreudvikling af nogle af Bandakademiets aktiviteter. Desuden modtager Bandakademiet et toårigt tilskud fra Musikbypuljen og modtager mindre tilskud fra Koda og DMF i forbindelse med KarriereKanonen. Bandakademiet er fortsat organisatorisk forankret i Roskilde Kommune. I 2020 modtager Bandakademiet desuden et tilskud fra Statens Kunstfonds Projektstøtteudvalg for Musik, fra puljen "Informations-, dokumentations- og publikationsvirksomhed" til dokumentation og videndeling af Bandakademiets erfaringer og resultater.

2021-2022

Bandakademiet finansieres af et fast tilskud fra Roskilde Kommune og et etårigt tilskud fra Koda Kultur til sin talentudviklings-indsats. Desuden modtager Bandakademiet etårigt tilskud fra Musikbypuljen og et mindre tilskud DPA Diversitetspulje til en indsats målrettet kvinder i musikbranchen, som både består af en rapport, udviklingsworkshop og talentforløb.

2023

I dag er Bandakademiet nærmest blevet en institution inden for talentudvikling i Danmark. Bandakademiet er stadig en lille fleksibel organisation uden mursten, egne faciliteter og fastansatte medarbejdere. Organisationen er stadig forankret i og under Roskilde Kommune. I 2022 har Bandakademiet etableret et advisory board, bestående af etablerede, professionelle personer fra både organisations- og undervisningsverdenen samt fra den kommercielle del af musikbranchen. De skal bl.a. være med til at udvikle og bringe akademiet ind i fremtiden. Bandakademiets arbejde fra 2023 og frem skal finansieres via fundraising og fast, årligt tilskud fra Roskilde Kommune.



Bilag 3

Evaluering af Bandakademiets konkrete aktiviteter

”Bandakademiet bør få en medalje for dét arbejde, de laver, og for de mennesker, de er, for uden dem havde vi hverken satset på at få genudgivet ‘Flammer Rammer’ eller haft de nødvendige redskaber til at udvikle os som udøvende kunstnere med fokus på både kunstneriske og projektorienterede visioner.” – Patina.

Indledning

Bilaget dykker helt ned i maskinrummet af Bandakademiets specifikke aktiviteter og tilbud, og hvordan kunstnerne oplever og vurderer dem.

Opsamlingen bygger på feedback, vurderinger og evalueringer fra 2008 til 2021 samt på aktuelle interviews og en survey lavet i forbindelse med rapporten. Evalueringerne stammer hovedsagelig fra forløbene i KarriereKanonen, men rummer også vurderinger fra Music Maker Camps og fra Bandakademiets pilotforløb og individuel rådgivning af kunstnere uden for KarriereKanonen.

"Det er igennem Bandakademiets forløb gået op for mig, at man skal være klar over, hvad ens ambitioner er, og at man i et band skal have ens fælles idé om interesser og ambitioner. Derudover har jeg lært meget om, hvordan alt spiller ind i helheden for et band. Hvordan at presse, image, musik og kontakter alt sammen spiller ind, når man er et band. Mest af alt er det gået op for mig, at en koncert er mere end en tilfældig sætliste, og at 80 andre parametre kan overvejes for at forstærke oplevelsen"

– Anonym respondent fra evaluering af Bandakademiets forløb i KarriereKanonen 2016.

Kunstnerisk og kreativ udvikling og læring

En del af Bandakademiets forløb handler om fagligt-håndværksmæssige input og aktiviteter, som skal styrke og skærpe de kunstnere, vi arbejder med. Det er både ift. musikken og sangskrivningen og ift. kunstnernes sceneoptræden, og hvordan de formidler deres kunstnerfortælling til medier, fans og potentielle samarbejdspartnere. Aktiviteterne veksler mellem inspiration i fase 1, feedback og konkret og praktisk træning i fase 2 og individuelle og målrettet indsats på udvalgte områder – producersamarbejde om konkret produkt, co-writes med håndplukkede kunstnere, forberedelse til koncerter af længere varighed, udarbejdelse af CV og presstekster mod konkret situation.

Live og Stage

"Vi er blevet skarpere på vores stage performance og har fået et fælles sprog omkring, hvad vi gør på scenen som band." – Katinka, vinder 2015.

I en anonym undersøgelse, som Bandakademiet gennemførte i 2022, vurderer 40 pct. af respondenterne, at de blev fagligt og håndværksmæssigt dygtigere som kunstnere, sangskrivere eller musikere af at være en del af et af Bandakademiets tilbud.³¹ I forbindelse med Bandakademiets evalueringer i talentudviklingsforløbet i KarriereKanonen er vurderingen generelt en del højere.

Både Live & Stage-aktiviteter, Historiefortælling & Formidling samt Sangskrivning & Produktion scorer generelt højt i Bandakademiets evalueringer igennem tiden. Både i de anonyme og de individuelle evalueringer. Særligt får Live & Stage-indsatsen en entydig og gennemgående høj gennemsnitlig vurdering.

I en anonym undersøgelse fra 2019 i forbindelse med talentudviklingsforløbet i KarriereKanonen svarer 90 pct., at inspirationsaften Live: Stage & Performance var brugbar og relevant, og knap 90 pct. giver både feedback og praktisk scenetræning fem på en karakterskala fra et til fem, hvor fem er højest. Det er det generelle billede på tværs af alle evalueringer. Det tyder på, at Bandakademiet har fundet et gangbart format og en god metode for indsatsområdet.

"Jeg har fået rigtig meget ud af live coachingen. Fået konkretiseret, hvad der skal til for at få sangene og de visioner, jeg har oppe i mit hoved, og hvordan det skal formidles på en scene, omsat til virkelighed." – Pil.

Historiefortælling & Formidling

"Meget af det, jeg arbejder med, er at gøre folk klarere i spytet ift., hvad de fortæller og kommunikerer. Jeg oplever, at indsatsen i Bandakademiet gør, at flere kan udvikle deres historie hurtigere. Det mest konkrete eksempel vil jeg ikke dele, for det handler typisk om kunstnere, som har haft brug for at sætte en grænse – og dermed har kunnet navigere i en pressevirkelighed"

– Danni Travn, journalist, redaktør på Politikens forlag og én af Bandakademiets fagcoaches.

Indsatsen under overskriften 'Historiefortælling & Formidling' har løbende ændret sig igennem tiden, og flere formater og progressionsmodeller er afprøvet. Kunstnernes generelle vurdering af indsatsen er positiv. I en virkelighed, hvor mange kunstnere kæmper for at trænge igennem til fans, medier og samarbejdspartnere, er det vigtigt at have styr på, hvordan man formidler sin historie, så den på den ene side er tilstrækkelig interessant og måske skiller sig ud og på den anden side passer på kunstnerens integritet og mentale habitus.

Bandakademiets Historiefortælling & Formidling får overordnet gode, men knap så entydigt høje vurderinger som aktiviteterne under overskriften Live & Stage. Det generelle billede er, at hele karakterskalaen kommer i brug, når kunstnerne skal vurdere indsatsen Historiefortælling & Formidling – dog stadig flest i den høje ende. F.eks. vurderede 60 pct. af respondenterne i en

31. Undersøgelsen blev gennemført blandt deltagere i en række af Bandakademiets forskellige tilbud i perioden 2006-2021.

anonym undersøgelse blandt de 10 udvalgte acts i KarriereKanonen 2019, at inspirationsaftenen under overskriften Historiefortælling & Formidling i høj eller nogen grad var relevant og brugbar, mens 40 pct. svarede, at de ikke kunne vurdere det. I evalueringer af den praktiske træning (pressetræning og feedback) gav 50 pct. af respondenterne – på en skala fra et til fem, hvor fem er højest – indsatsen karakteren fem, mens 33 pct. gav karakteren fire, og 17 pct. gav karakteren to. Det giver en samlet vægtet vurdering på godt fire ud af fem – som også er den vurdering, der går igen i øvrige evalueringer af indsatsområdet igennem tiden.

"Pressetræning var hard core. Det var sindssygt fedt. Vi kendte ikke vores identitet som duo, men den proces startede der. Vi lærte at svare kort og præcist. Og dosere historierne og budskaberne." – Vinder fra evaluering efter forløbet i Bandakademiet 2012.

Sangskrivning & Produktion

"Virkelig fedt initiativ (med sangskrivningsaften –red.). Kunne have været fedt med mere af det, eller i hvert fald mere mulighed for personlig feedback mhp. sangskrivning."

– Anonym deltager i undersøgelse af Bandakademiets forløb i KarriereKanonen 2019.

Sangskrivning har været et vigtigt fokusområde for Bandakademiet i mange år. Både som en del af det ideelle 360-gradersforløb og gennem en række enkeltstående flere-dages sangskrivningscamps.

I 360-gradersforløbet har Bandakademiet afprøvet mange forskellige aktiviteter og former både aktiviteter i plenum og som individuelle sessions. Og selvom indsatsen generelt har fået positive evalueringer, har det klart været den største nød at knække.

Vurderingen fra deltagerne – både i de anonyme undersøgelser og fra den individuelle feedback med deltagerne – ligger generelt en smule under vurderingerne af de fleste andre aktiviteter i forløbet. F.eks. giver seks respondenter ud af otte mulige i KarriereKanonen 2019 en inspirationsaften med sangskrivning og feedback på sange en gennemsnitlig karakter på 3.80 på en skala fra et til fem, hvor fem er højest.

"Blev utrolig inspireret af Michelle Leonard (international sangskriver)! Synes, at sangskrivningsdagen blev lidt rodet, da man skulle dele den sangskriver, man var sat sammen med, med et andet band." – Anonym deltager fra undersøgelse i forbindelse med Bandakademiets forløb i KarriereKanonen 2017.

I 2017 havde vi indsatsen i forbindelse med Bandakademiets forløb i KarriereKanonen i hænderne på et professionelt musikforlag. Her gav de fem finalister, der deltog i arrangementet med talks og individuel feedback på sange, i gennemsnittet karakteren tre ud af fem mulige.

"Fantastisk at få muligheden for at sidde på en seriøs måde og snakke om sangskrivning. På sin vis synes jeg ikke, at man behøver at blande radioplugging ind i det – så er det bedre at holde et rent fokus på det kreative, selvom jeg forstår pointen med også at kunne "måle", hvad en god sang er". – Anonym deltager evaluering i forbindelse med Bandakademiets forløb i KarriereKanonen i 2012.

Til gengæld har de sangskrivningscamps, som Bandakademiet har gennemført eller været drivende samarbejdspartner i, været en stor succes.

"Den bedste oplevelse nogensinde. Jeg har aldrig følt mig så motiveret musikalsk som efter campen." – Fra anonym evaluering af Music Maker Co-write 2016.

"Denne camp har været stærkt medvirkende til at forøge mit outlet ift. produktion, sangskrivning og artistudvikling. En ægte karriere-kickstarter!"

– Fra anonym evaluering af Music Maker Co-write 2017.

Bandakademiet har i forskellige setups og med forskellige samarbejdspartnere i 2014-2020 rekrutteret efter talentfulde ansøgere i hele Danmark til flere dages intensiv sangskrivningscamp med ligesindede sangskrivere og artister – og under kyndig coaching af danske og internationale professionelle sangskrivere og producere. Det har generelt været en stor succes uanset formatet.

"Music Maker Co-Write Camp var på alle måder en unik oplevelse. Det var fire dage fyldt med inspiration, talent, struktur, frirum og sidst, men ikke mindst dygtige og professionelle instruktører, der fik sat skub i det hele. TAK." - !"

– Fra anonym evaluering af Music Maker Co-write 2017.

100 pct. af deltagerne til Music Maker Co-Write Camp 2017 var tilfredse med campen, som i øvrigt fik 4.7 stjerner ud af fem mulige. 100 pct. oplevede generelt, at de efter de fire dage på Music Maker Co-Write fik et nyttigt fremtidigt netværk, og 87 pct. oplevede, at de efter de fire dage på Music Maker Co-Write Camp blev bedre til at skrive sange.

"Jeg synes, at Music Maker Co-Write Camp har været en af de mest berigende oplevelser for mit musikalske virke i lang tid. Det har åbnet en helt ny verden for inspiration, arbejdsmetoder og ikke mindst netværk. Man kommer ud på den anden side med en bedre forståelse for sine styrker og svagheder som sangskriver. Derudover har man det bare skidesjovt med andre mennesker, der brænder for at gøre præcis det samme som dig." – Fra anonym evaluering af Music Maker Co-write 2017.

Musikbranchekendskab, netværk og samarbejde

"Bandakademiet tager kunstnerne seriøst! De arbejder professionelt ud fra kunstnerens egne mål og visioner. Bandakademiet trækker desuden på et kæmpe branchekendskab og et lige så stort netværk af branchefolk, og formår at håndplukke de helt rigtige samarbejdspartnere til de bands, de hjælper. De er ikke bange for at sparke døre ind, og det fornemmer man som artist i stalden – man føler sig i trygge, målrettede og professionelle hænder!"

– The Minds of 99 fra udtalelse i 2016.

En af Bandakademiets andre nøgleindsatser handler om at klæde kunstneren på til at navigere bedst muligt i musikbranchen, som indimellem kan være et udfordrende og uigennemskueligt farvand. Temaet er en del af alle trinene i Bandakademiets Tretrinsraketen

og -forløb. Hovedparten af de kunstnere, der har været igennem kortere eller længere forløb i Bandakademiet, oplever, det har klædt dem væsentligt bedre på til at begå sig i branchen.

52 pct. vurderede i en anonym undersøgelse fra 2022 på tværs af projekter og i perioden 2008-2021, at forløbet i Bandakademiet gjorde, at de blev bedre rustet til at begå sig i musikbranchen efter forløbet. Der er en tendens til, at vurderingen er højere blandt de kunstnere, der har været igennem vores ideelle 360-graderstalentudviklingsforløb i forbindelse med KarriereKanonens. Således svarer langt hovedparten i vores individuelle evalueringer blandt KarriereKanonens udvalgte igennem tiden ja til det udsagn.

"Bandakademiets rolle i KarriereKanonens er en af de vigtigste grundpiller i hele projektet. De artister, som deltager, kommer ofte direkte fra øvelokalet og har ikke det store kendskab til branchen og har ofte ikke fået defineret for sig selv, hvem de er, og hvad det er, de skal. De er meget afhængige af at modtage sparring på både det kunstneriske og karrieremæssige plan for at kunne gribe den mulighed, det er at blive en del af KarriereKanonens. Og det er lige præcis det, Bandakademiet tilbyder. Det er klart en fordel, at Bandakademiet ikke har nogen økonomisk gevinst i sigte ift. artisternes karriere. Det betyder, at de går ind i arbejdet med artistens udvikling som førsteprioritet og giver plads til, at den enkelte kan definere sin kunstneriske retning og ambition. De vejleder ift. branchen uafhængigt af økonomi og bliver dermed en partner, som artisten kan støtte sig trygt op ad. De har mulighed for at koble professionelle fagfolk på artisten i kortere perioder, så også branchen får mulighed for at snuse lidt til artisten, inden en længerevarende aftale bliver lavet." – Sarah Sølvsteen, director og agent, LUGER.

Indsatsen handler både om, hvordan 'musikbranchelandskabet' ser ud, hvilke aktører det består af, og hvad de forskellige typer af virksomheder og organisationer som pladeselskaber, bookingagenter, musikforlag, fag- og branche foreninger og organisationer har som hovedopgave. Det handler også om at møde de forskellige repræsentanter i et trygt rum, hvor det ikke handler om at forhandle aftaler, men f.eks. at trykteste sin fortælling og skabe interesse og netværk.

På trin 3 af tretrinsraketen handler det ikke mindst om at rådgive kunstnerne ift. potentielle samarbejdspartnere og eventuelt hjælpe med at koble parterne sammen.

"Vi skulle nok have etableret aftaler uden Bandakademiets rådgivning, men ikke gode aftaler. I vores tilfælde tror jeg ikke, vi ville have holdt så længe. Ikke engang så længe, som vi gjorde. Det var kollapsede før. Tror, vi havde fået lorte-deals, havde troet alt muligt, som ikke ville være virkelighed, skabt en masse splittelse, frustrationer, pegen fingre ad hinanden ift., hvem der burde have gjort hvad."

– Jesper 'Livid' Helles som bandmedlem i Kaliber, vinder KarriereKanonens 2012.

Processen består først af en afdækning af de for kunstneren mest interessante samarbejdspartnere, herefter interessesemøder gerne med flere selskaber og endelig eventuelt input til den endelige aftale, som herefter overleveres til musikens fagforeninger for endelig juridisk vurdering. Forud for den eksterne musikbranche-kontakt udfolder sig en intern

rådgivningsproces med kunstnerne hvor Bandakademiet og kunstneren sammen får afklaret, hvad kunstnerens egne ønsker, mål, strategi og værdi for en karriere er. Det er Bandakademiets opfattelse, at rådgivningen i langt de fleste tilfælde klæder bandet godt på til at træffe gode beslutninger og træffe beslutninger om samarbejdspartnere på et oplyst grundlag.

"Bandakademiets rådgivning og støtte var det, jeg havde brug for at få styr på alle henvendelserne fra branchen. Rådgivningen var nuanceret, og de prøvede ikke at lede mig et bestemt sted hen. Det tog afsæt i, hvem jeg er, og hvad jeg gerne ville." – citat fra vinder af KarriereKanonen

35 pct. vurderede i en anonym undersøgelse fra 2022, der rummer respondenter fra flere af Bandakademiets tilbud og aktiviteter fra 2008 til 2021, at de fik konkrete samarbejdspartnere i musikbranchen (pladeselskab, management, booking, forlag, m.m.).³²

Bandet Boho Dancer med bl.a. Ida Wenøe, som vandt KarriereKanonen i 2011, er igennem talentudviklingsforløbet i Bandakademiet blevet klædt meget bedre på til at begå sig i musikbranchen. På en skala fra et til fem, hvor fem er højest, siger bandet fem. Erfaring, viden, netværk og individuel rådgivning har i den grad speedet bandets udviklingsproces op, vurderer bandet i en evaluering efter deres forløb.

Netværk til musikbranche og andre kunstnere

"Man føler, man er del af et hold. Der er en god stemning. En fælles følelse."
– Deltager i Bandakademiets forløb 2017.

Netværk er alfa og omega i den danske musikbranche. Både netværk til ligesindede kunstnere, som man kan genkende, spejle sig i og samarbejde med, samt netværk til musikbranchens aktører, som kunstnerne lærer at kende og møder igennem forløbet, så det bliver mindre grænseoverskridende at række ud til dem efterfølgende. Netværksskabelse er et succeskriterie i Bandakademiets arbejde, og der gøres en målrettet indsats for, at de deltagende kunstnere mødes, udveksler erfaringer og gerne samarbejder. Desuden er faciliterede møder med repræsentanter for musikbranchens organisationer og virksomheder et gennemgående greb i Bandakademiets forløb. I de generelle evalueringer fra særligt talentudviklingsforløbet i KarriereKanonen og fra Bandakademiets Music Maker Camps er netværk til både ligesindede kunstnere og til musikbranchen noget, som hovedparten peger på som blandt de meget vigtige resultater af forløbet i Bandakademiet.

³². Tallet skal tages med forbehold. Undersøgelsen rummer flere tiltag, der ikke havde afsætning til musikbranchens aktører som tema og formål.

100 pct. oplevede generelt, at de efter de fire dage på Music Maker Co-Write i 2017 har fået et nyttigt fremtidigt netværk.

I en anonyme undersøgelse fra 2022 oplevede 57 pct., at de fik et større netværk til andre musikere, sangskrivere/producere og/eller kunstnere.

46 pct. vurderede, de generelt fik et større netværk i musikbranchen (musik-selskaber, booking, medier, musikorganisationer m.m.).

Individuel rådgivning, sparring og feedback

"Den individuelle vurdering af den enkelte kunstners behov med stor lydhørhed for kunstnerens egne ønsker og vurdering (uden at de er styrende) – det, som kan kaldes skræddersyet. Det er en sund og god metode. Der kan ellers meget hurtigt gå pølsefabrik i den, men jeg synes, Bandakademiet har en god evne til at undgå pølsefabrikken, så individet ikke bliver klemt, så det netop er det, den enkelte kommer med og kan levere, der kommer i centrum."

– Danni Travn, journalist, redaktør på Politikens forlag og én af Bandakademiets fagcoaches.

Den individuelle rådgivning, sparring og feedback er et kerneområde for Bandakademiet og en indsats, hvor Bandakademiet scorer meget højt, når kunstnere evaluerer forløbet i Bandakademiet. Generelt får Bandakademiet en gennemsnitlig karakter på fire-fem i anonyme evalueringer af Bandakademiets generelle rådgivning og feedback, foretaget blandt finalister i KarriereKanonen.

I **2019** gav seks ud af syv respondenter Bandakademiets generelle feedback og rådgivning karakteren fem på en skala fra et til fem, hvor fem er højeste karakter.

Individuel rådgivning og sparring er ikke en del af alle Bandakademiets projekter og aktiviteter, men er et vigtigt element i det ideelle 360-gradersforløb, som udfoldes i talentudviklingsforløbet i KarriereKanonen. Her tilbyder Bandakademiet individuel rådgivning og sparring undervejs hele vejen igennem alle forløbets tre trin, men jo længere man kommer i forløbet, jo mere skræddersyet bliver rådgivningen. Arbejdet med kunstneren kan f.eks. have fokus på: Interne processer og forventningsafstemning, At se sit artistprojekt som en virksomhed og om Udvikling af Strategier, Mål og Handlingsplaner.

"Vi begyndte at se mere professionelt på det at spille musik. Det var der, vi gik fra at være lidt et hyggeprojekt til virkelig at forstå, hvad det kræver, hvis man vil det for alvor." – Deltager fra KarriereKanonen 2014.

I **2020** fik Bandakademiets feedback og generelle sparring og rådgivning karakteren fire på en skala fra et til fem i en evaluering blandt finalisterne, der var igennem talentudviklingsforløbet i KarriereKanonen.

"Det har været sjovt, spændende og fedt at deltage i Band-akademiets forløb. Det vigtigste har været at få rådgivning af Bandakademiet – og føle, at jeg har fået et kort til at navigere i musikbranchen."

– Kunstner, der vandt KarriereKanonen 2016, fra evaluering 2017.

I talentudviklingsforløbet i KarriereKanonen **2016** fik Bandakademiets generelle rådgivning og sparring en gennemsnitlige karakter på 4.3 på en skala fra et til fem, hvor fem er højest.

I talentudviklingsforløbet i KarriereKanonen **2017** gav fem respondenter ud af fem mulige Bandakademiets generelle råd-givning en gennemsnitlige karakter på 4.6 på en skala fra et til fem, hvor fem er højest.

Mental trivsel og træning

"Mental træning, at ruste kommende kunstnere til en branche, et arbejde, man kan blive opslugt af i sådan grad, at man mister fatninger. Der er stor præstationsangst. Derfor er der sikkert mange, der forbliver producere – bare fordi de ikke kan holde ud at stå på scenen. Det er svarer til elitesport. At spille koncert er som at dyrke elitesport. Man oplever, at man skal forklare sig og forsvare sig. Fodboldspillere bruger kroppen og hovedet. Vi bruger også følelser." – Søren, Patina.

I branchen generelt er der kommet større fokus på kunstnernes og musikeres mentale trivsel. Interessen og behovet for at gøre noget udspringer af de efterhånden mange vidnesbyrd fra kunstnere, der åbent fortæller om deres mentale udfordringer. Bandakademiet har altid haft stor opmærksomhed på kunstnernes mentale trivsel, har været meget bevidst om at passe bedst muligt på kunsterne og har arbejdet bevidst med at skabe trygge og tillidsfulde rum – mens kunstnerne var i forløb hos Bandakademiet. Det er en af Bandakademiets grundlæggende værdier.

"Der er ikke særlig mange sammenhænge i musikbranchen, hvor man får mulighed for at tale frit om, hvordan man har det i det, man laver, og hvordan man kommer sikker i mål med de mål, man har, og bliver udfordret på de metoder, man nu har selv – for det er jo ikke sikkert, at de er særlig hensigtsmæssige. Det er nærmest coaching og psykologi. Også fordi det er vigtigt for mig, at mit artistprojekt er sundt og bæredygtigt, og her er det sundt at blive bekendt med, hvad udfordringerne er." – Pil.

Bandakademiet har erkendt, at der er et endnu større behov for at fokusere på trivsel og mental helbred for de kunstnere, som er på vej mod en professionel karriere, og at Bandakademiet som institution har et endnu større ansvar for at arbejde med det – som en integreret del af Akademiets forløb.

I den anonyme undersøgelse fra 2022 på tværs af projekter og år (2008-2021) og projekter er det kun **25 pct.**, der oplevede, at forløbet i Bandakademiet rustede dem bedre mentalt til et liv som skabende og udøvende musikere.

Det er bl.a. afstedkommet af, at Bandakademiet oplever, at særligt de kvindelige solister efter forløb i Bandakademiet har haft mere end vanskeligt ved at finde deres (mentale) ben i en behårdet branche med professionelle samarbejdspartnere, som ikke har haft fokus på kunstnernes trivsel og mentale helbred.

Bandakademiet har derfor fra 2020 udvidet fokus på mental trivsel og helbred og sat det ind som et særskilt tema og fokus i vores 360-gradersforløb, hvor akademiet har inddraget nye faglige kompetencer som psykologer og mental coaches – og hvor deltagerne har mulighed for individuelle sessions. Det er endnu ikke muligt at vurdere, om indsatsen har virket for deltagerne. Målet er at min. 50 pct. af deltagerne vurderer, at forløbet i Bandakademiet gør dem bedre rustet mentalt til et liv som skabende og udøvende musikere.

Bilag 4

Bandakademiets forløb i KarriereKanonen 2017

Fase 1: For alle 12 udvalgte

27. MARTS SENEST KL. 10:

DEADLINE FOR TILMELDING TIL SAMARBEJDE MED LYDTEKNIKERSTUDERENDE

De 12 udvalgte har mulighed for at samarbejde med en dygtig lydteknikerstuderende fra Rytmisk Musikkonservatorium i forbindelse med showcasen på SPOT. Det har de fleste af tidligere års deltagere benyttet sig af. Hvis man vælger at indgå i samarbejdet, bliver man sat op med en lydteknikerstuderende, der fungerer som individuel lydmand til showcasen på SPOT sammen med en erfaren lydmand. Indgår man i samarbejdet, får man en produktionsøver på Rytmisk Musikkonservatorium.

28. MARTS: INSPIRATIONSÅFTEN: PR & KOMMUNIKATION

TID: 19.00 - 22.00

STED: Volume, Toldbodgade 49B, 1253 København K

Hvordan fortæller man bedst sin historie som musiker, og hvordan præsenterer man sig selv - og gør et godt indtryk - på bare 30 sekunder? Musikjournalist og kommunikationskonsulent Danni Travn gennemgår elementerne i et elevator pitch og kommer med gode og dårlige eksempler på band- og kunstnerfortællinger. Desuden giver Casper Bach Hegstrup, radiovært og musikansvarlig på P6 BEAT, gode råd til radiointerviewet. Målet er, at alle har styr på den gode fortælling om sig selv både mundtligt og på skrift.

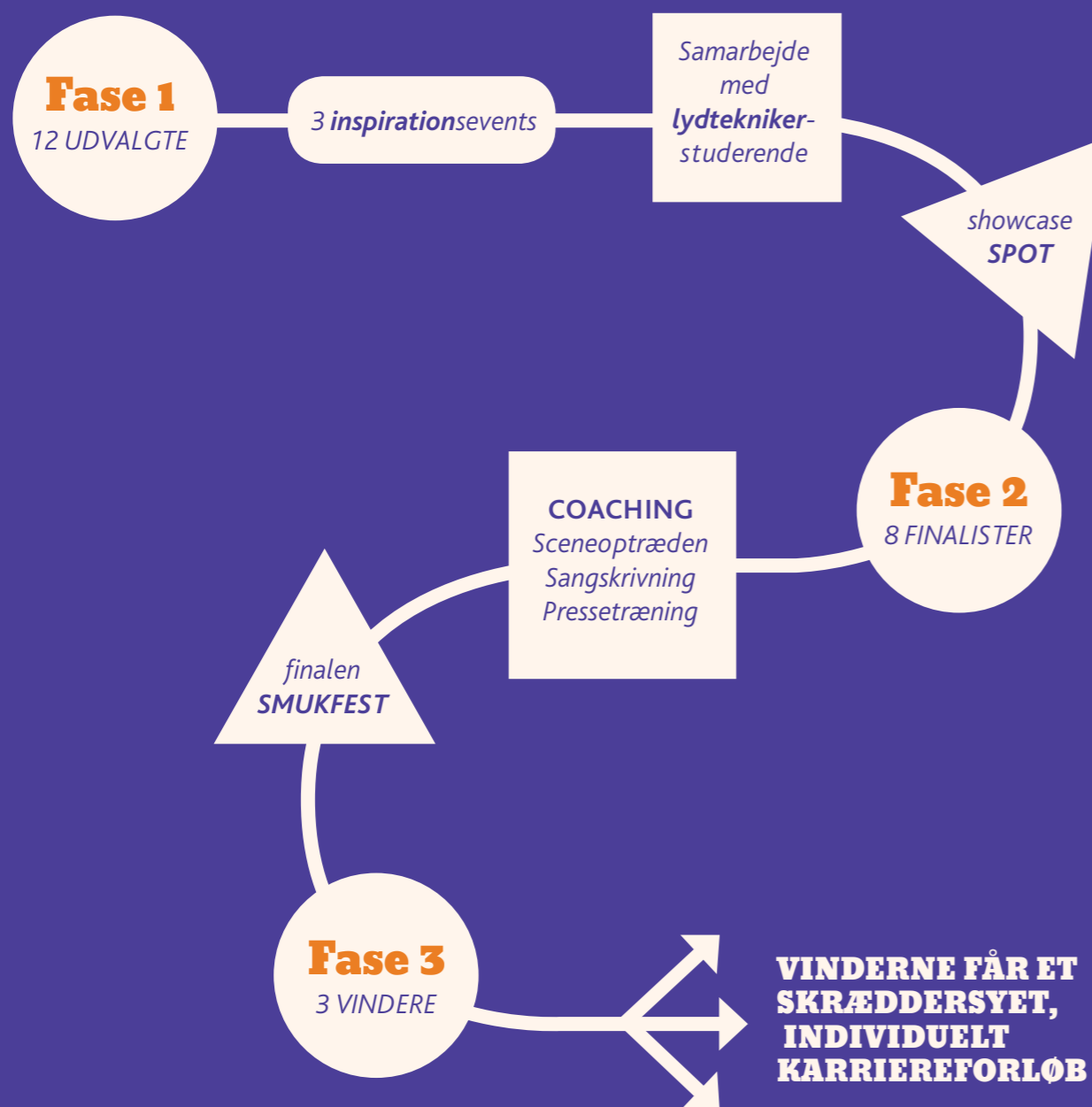
4. APRIL: INSPIRATIONSÅFTEN: STAGE & PERFORMANCE

TID: 18.30 - 22.00

STED: Volume, Toldbodgade 49B, 1253 København K

En provokerende og med garanti lærerig aften med tips & tricks til at blive skarpere på scenen. Scenecoach Kristian Koch tager udgangspunkt i videoeksempler af danske og udenlandske navne og giver en underholdende gennemgang af, hvad der virker og ikke virker på scenen. Derudover fortæller en-to kunstnere om deres erfaring med at arbejde fokuseret og bevidst med sceneoptræden. De fem lydtekniker-studerende kommer også, så der er mulighed for at planlægge den kommende produktionsøver. Aftenen slutter af med info og Q&A om SPOT ved Marie Aktor, afviklingsansvarlig.

Forløbets 3 faser



28.-30. APRIL: PRODUKTIONSØVER

TID: PLAN FØLGER, TO TIMER PR. KUNSTNER

STED: Rytmask Musikkonservatorium, Akvariet, Leo Mathisens Vej 1, 1437 København K

Produktionsøver med fokus på lyd for de 12 udvalgte og de tilknyttede lydteknikerstuderende. Der er sat to timer af pr. band og artist til opsætning og arbejde med lyd. Plan følger.

5.-6.MAJ: SPOT FESTIVAL

TID: 16.30-19.30, PLAN FØLGER

STED: Atlas, Aarhus

Alle 12 udvalgte spiller en showcase. Der er sat en halv time af til hver kunstner, inkl. sceneskift. Søndag 7. maj får alle besked, om de er blandt årets otte finalister eller ej. Der bliver ringet til alle.

Fase 2: For de 8 finalister

10. ELLER 11. MAJ: INDIVIDUEL FEEDBACK

De otte finalister modtager individuel feedback af Bandakademiet og Kristian Koch på baggrund af dommernes input og videooptagelse af showcasen. Der er sat to timer af pr. band og artist i løbet af de to dage. Plan følger.

13. JUNI: INSPIRATIONSaften: SANGSKRIVNING

TID: 19.00 - 22.00

En aften med inspirerende snak, konkrete eksempler og tips og tricks til at udvikle sangskrivningen og live-produktionen af numre frem mod finalen. Musikere, sangskrivere og branchefolk deler ud af viden og egne erfaringer og kommer med do's and don'ts og gode tips til at gribe sangskrivning og live-produktion an.

18. JUNI: SANGSKRIVNINGSSØNDAG

TID: 10-18

En hel dag med fokus på at skrive nye sange eller gøre de gamle helt færdige. Hver kunstner bliver sat sammen med en coach eller en co-writer og kommer i løbet af dagen igennem et individuelt forløb, hvor der bliver arbejdet med at udvikle nye sange. Der arbejdes med tekst, arrangement og udtryk. Målet er, at hver finalist får udarbejdet en skitse til minimum et nyt nummer eller får færdiggjort minimum et eksisterende halvfærdigt nummer.

24. - 25. JUNI: KANONCAMP

TID: 9.30 - 18.00, 4-5 TIMER PER FINALIST

STED: Gimle, Roskilde

En intens weekend med fokus på liveproduktion & stage performance. Hver finalist bliver sat over for scenecoach Kristian Koch og senere er de i 'øveren' med en professionel musikcoach. Bandakademiet håndplukker en række dygtige folk, der matcher deltagerens genre og behov. Formålet er at skærpe finalisternes live performance og optimere live-numrene forud for finalen på Smukfest 2017.

2.-3. AUGUST: PR-TRÆNING

De otte finalister får hver en 2-timers interviewsession med musikjournalist og kommunikationskonsulent Danni Travn. Interviewet er balanceret mellem at være et generelt Gaffa-interview med standardspørgsmål og være fokuseret præcist på den enkelte kunstners situation og behov. Efter interviewet bliver svarevner, kropssprog og intern dynamik diskuteret. Målet er at få skærpet historiefortællingen forud for Smukfest.

8. AUGUST: FINALEN, SMUKFEST

STED: Live Camp

Finalisterne spiller på Live Camp-scenen på Smukfest. Der er sat en time af pr. finalist, inkl. lydprøve og scenskift.

9. AUGUST: VINDERNE KÅRES LIVE I RADIOEN.

STED: Smukfest

Alle mødes til en drink.

10. AUGUST: FEEDBACKMØDE FOR DE FEM, DER IKKE GIK VIDERE

TID: 1 time pr. kunstner i perioden mellem kl. 10-15

STED: Smukfest

Bandakademiet giver konstruktiv feedback til de fem bands og artister, der ikke vandt. Det sker med udgangspunkt i feedback fra dommere og Bandakademiets fagpanel.

Fase 3: For de 3 vindere

16. AUGUST: KICK-OFF AF INDIVIDUELT FORLØB

TID: KL. 10-17, TRE TIMER PR. VINDER

Bandakademiet mødes med hver af de tre vindere til en indledende snak om udviklingsplan og indhold i det individuelle talentudviklingsforløb. Hvad er mål, ambitioner og drømme? Hvem skal være samarbejdspartnere, og hvad skal planen bestå af? Der er ingen fast slutdato for forløbet. Det har varieret fra kunstner til kunstner, men det vil være hensigtsmæssigt at afslutte inden udgangen af marts 2018.

AUGUST 2017-MARTS 2018:

Individuelt forløb og karriereløft. Rotation på radioen, hvis kunstneren er klar til det. Vinderne har mulighed for at planlægge sin rotation, så det passer med karriereplanerne.

3. OKTOBER:

Show case på et spillested i København eller omegn i forbindelse med et KarriereKanonen Open arrangement.

AUGUST 2018:

De tre vindere har et spillejob på årets SmukfestKarriereKanonen

